

Kulturexport - för synlighet, förnyelse och genomslagskraft

Slutrapport för utvecklingsprogrammet för kulturexport 2007- 2011

Undervisnings- och kulturministeriets publikationer 2011:32

Beredningsgruppen för kulturexport

Kulturexport - för synlighet, förnyelse och genomslagskraft

Slutrapport för utvecklingsprogrammet för kulturexport 2007- 2011

Undervisnings- och kulturministeriets publikationer 2011:32

Beredningsgruppen för kulturexport



Opetus- ja kulttuuriministeriö

Undervisnings- och kulturministeriet

Ministry of Education and Culture

Ministère de l'Éducation et de la culture

Undervisnings- och kulturministeriet
Kultur-, idrotts- och ungdomspolitiska avdelningen
PB 29, 00023 Statsrådet
<http://www.minedu.fi>
<http://www.minedu.fi/OPM/Julkaisut>

Ombrytning: Tomi Forsblom
Omslagsbild: Johan van den Berg

ISBN 978-952-263-072-8 (Online)
ISSN-L 1799-0343
ISSN 1799-0351 (Online)

Undervisnings- och kulturministeriets publikationer 2011:32

Inledning

Finlands utvecklingsprogram för kulturexport 2007-2011 utarbetades år 2006-2007 i ett samarbete mellan ministerierna och kulturfältets aktörer. Arbetsgruppens rapport *Onko kulttuurilla vientiä? ON! (Har kulturen åtgång som exportvara? JAVISST!)* överräcktes den 1.3.2007 till kulturministern, handels- och industriministern, utrikesministern samt till ministern för utrikeshandel och utveckling. Som ett resultat av beredningen konstaterar regeringsprogrammet för statsminister Matti Vanhanens II regering att ”den kreativa ekonomin och kulturens nationalekonomiska betydelse ökas genom att främja kulturexporten och -företagsamheten.”

För att implementera utvecklingsprogrammet för kulturexport tillsatte undervisningsministeriet den 5.9.2007 en lednings- och en beredningsgrupp. Kultur- och idrottsminister Stefan Wallin fungerade som ledningsgruppens ordförande och gruppens medlemmar var ministrarna Mauri Pekkanen, Ilkka Kanerva (från 2008 Alexander Stubb), Paavo Väyrynen, Tuija Brax samt statssekreterare Velipekka Nummikoski. Teaterchef Johan Storgård fungerade som beredningsgruppens ordförande och bland medlemmarna fanns det tjänstemän från undervisnings- och kulturministeriet (UKM), arbets- och näringsministeriet (ANM), utrikesministeriet (UM) samt representanter för kulturfältets branschorganisationer och företag.

Programmets övergripande målsättning var att de kulturella och kreativa näringarna skulle erkännas som jämbördiga branscher bland alla andra exportbranscher. Enligt regeringsprogrammet var den andra viktiga målsättningen att öka kulturens nationalekonomiska betydelse för sysselsättningen, värdeökningen och exportintäkterna.

Beredningsgruppens bakgrundsfakta var vissheten om att a) det produceras mycket kvalitativ och unik kultur i Finland, b) det finns egentligen inget utrymme för en betydande tillväxt i den inhemska kulturkonsumtionen och c) de internationella kulturmarknaderna har vuxit i snabb takt.

Utvecklingsprogrammet för kulturexport och dess åtgärder kompletterade andra kultur-, närings-, och utrikespolitiska åtgärder. Programmet var det första som erbjöd en ambitiös referensram för ett intersektoriellt administrativt främjande av kulturexporten. Rapporten konstaterar: ”Kulturexporten utnyttjar främst redan befintliga stödstrukturer och -former, vilket förutsätter en betydande förändring i tänkesätt och verksamhetsformer såväl inom kulturbranschen som bland exportfrämjarna.”

Utvecklingsprogrammets avsikt var inte att stöda kreativitetsgrunden, produktionen eller

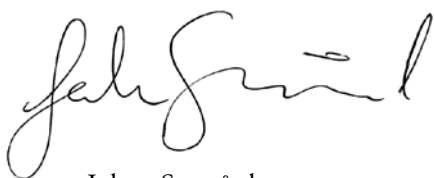
den kulturella infrastrukturen - som alla har sina egna stödsystem - utan uttryckligen den fas då kulturprodukten eller -tjänsten kommer i kontakt med sina avnämare. Det kulturpolitiska målet var att stärka kulturekonomin och förbättra möjligheterna för konst- och kulturbranschens professionella att även internationellt kunna dra nytta av sina produkter.

Från ett näringspolitiskt perspektiv var målet att integrera de kulturella och kreativa näringarna och företagen i de näringspolitiska åtgärdsprogrammen och dra nytta av den kreativa ekonomins potential med tanke på att utveckla och bredda närings- och exportstrukturerna. Med tanke på utrikespolitiken och särskilt offentlighetsdiplomatien var målet att lyfta fram kulturen som en allt viktigare komponent i arbetet med att utveckla varumärket Finland.

Denna slutrapport är en allmän bedömning av utvecklingsprogrammets åtgärder och resultat. Rapporten lämnar förslag till riktlinjer för arbetet med kulturexporten under nästa regeringsperiod 2011- 2015. Slutrapporten beskriver också de åtgärder som verkställdes år 2010. För åren 2007-2009 finns det redan rapporter om kulturexporten. Rapporterna innehåller detaljerade beskrivningar av åtgärder och projekt som genomfördes inom ramen för programmet.

Utvecklingsprogrammet för kulturexport 2007-2011 avslutas och härmed överlämnar beredningsgruppen för kulturexport sin rapport till undervisnings- och kulturministeriet.

Helsingfors, 15.3. 2011



Johan Storgård



Riitta Kaivosoja



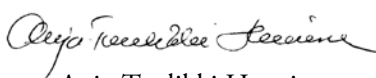
Kai Amberla



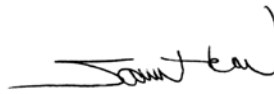
Koopee Hiltunen



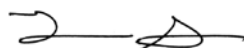
Jutta Jaakkola



Anja-Tuulikki Huovinen



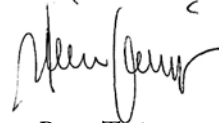
Sanna Rekola



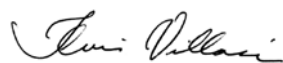
Kimmo Aulake



Timo Heino



Petra Tarjanne



Ilmi Villacis

Innehåll

Bedömning av implementeringen och resultaten av Finlands utvecklingsprogram för kulturexport 2007-2011	5
Förverkligande av JAVISST!- rapportens vision	8
Kulturen och förändringarna i näringslivets strukturer	9
Kulturexporten och kulturens ekosystem	9
Åtgärder för att främja kulturexporten	10
Ministeriernas samarbete	11
Kulturbranschens särdrag	11
Konklusioner	13
Utvecklingsprogrammets implementering, struktur och kommunikation	14
Implementerade åtgärder under hela programperioden	16
Programhelheter	16
Projektfinsiering	20
Exportnätverk	23
Gemensamma projekt och utbildningsinsatser	26
Branschspecifik forskning och statistik	29
Utveckling av stödnätverket för kulturexport	32
Stödsystemet för konst och kultur	34
Förslag till riktlinjer för att främja kulturexporten under regeringsperioden 2011-2015	38
Mål	38
Åtgärder	40
Struktur	41

Bedömning av implementeringen och resultaten av Finlands utvecklingsprogram för kulturexport 2007-2011

Kulturexport är inget nytt koncept, men utvecklingsprogrammet för kulturexport var det första som formulerade strategiska målsättningar och definierade åtgärder för att nå målen. Utvecklingsprogrammet initierade en nödvändig och bred diskussion om kulturexportens betydelse för olika områden inom konst och kultur. Diskussionen ledde också till en integrering av export- och internationaliseringssträvandena: för en allt större del av kulturföretagen och -aktörerna hör exporten till det dagliga arbetet och exportförutsättningarna är en väsentlig del av kultur-, närings- och utrikespolitiken.

Implementeringen av programmet har varit en viktig erfarenhet för de ministerier, branschorganisationer inom konst och kultur samt företag och grupper som deltog i arbetet. Programmet kan betraktas som ett systematiskt pilotprojekt för att utveckla kulturexporten. Erfarenheterna från implementeringen i kombination med den ökade kunskapen har fördjupat förståelsen för de kulturella och kreativa näringarnas affärsverksamhet och export samt för deras behov och särdrag.

Under implementeringen har det inte framkommit något som skulle tyda på att utvecklingsprogrammets målsättningar, mål och åtgärder skulle ha haft grundläggande fel och brister. Tiden har inte heller kört förbi de viktigaste målsättningarna och riktlinjerna. Tvärtom, idag har de en större relevans än för fyra år sedan.¹ Därför kan erfarenheterna från utveck-

lingsprogrammet och implementeringen utgöra en naturlig grund för fortsatta utvecklingsåtgärder under regeringsperioden 2011-2015.

Förverkligande av JAVISST!-rapportens vision

Utvecklingsprogrammets vision – att kulturexporten är en allmänt erkänd del av Finlands exportaktiviteter och att kulturen är ett starkt element i varumärket Finland – har förverkligats på ett tillfredsställande sätt. Kulturexporten har blivit en naturlig del av företagets verksamhet. Åtgärderna för att utveckla kulturexporten är bl.a. en del av Europa 2020-strategins nationella program. Offentlighetsdiplomatin har utvecklats och kulturen har en mycket starkare roll än för fyra år sedan.

Däremot har det ambitiösa målet att tredubbla kulturexportens värde inte nåtts. Trots att kulturens relativa betydelse för nationalekonomin inte har vuxit har branschens absoluta tillväxt ökat. Under 2004-2008 har det inom kulturbranscherna uppstått ca 9200 nya arbetsplatser och år 2008 var kulturbranschens värdeökning för första gången mer än 5 miljarder EUR, vilket är mer än värdeökningen inom pappers- och mas-saförädlingen. Samma år var kulturkonsumtionens värde 6,6 miljarder EUR.²

¹ UNCTAD (FN:s konferens om handel och utveckling) konstaterar i Creative Economy Report 2010 att år 2008 steg värdet av exporten av kreativa produkter och tjänster till 592 miljarder US\$, vilket var nästan 11% mer än år 2007, trots att den internationella handeln under motsvarande tid sjönk med 12 %. ² Kulturens satelliträkenskaper, Statistikcentralen 2010.

Kulturen och förändringarna i näringslivets strukturer

Statistiken över kulturens nationalekonomiska betydelse visar att det sker en omstrukturering av näringslivet i Finland och att det är den immateriella produktionen och tjänsterna som står för en allt större andel av nationalekonomin. Hos oss sker förändringen emellertid långsammare än i många andra länder som är våra konkurrenter. I Finland har den traditionella industrin ännu en stor betydelse medan tjänsternas andel av exporten har en mindre betydelse än i de flesta medlemsländerna i EU. Enligt Statistikcentralen är tjänsternas andel mer än 65 % av Finlands BNP, men deras andel av exporten är endast ca 5%, vilket motsvarar 15% av varuexportens värde. Detta faktum måste beaktas då man bedömer kulturexportens värdeökning.

Såväl kulturkonsumtionen som konsumtionen av andra tjänster sker alltså främst på hemmamarknaden. År 2008 utgjorde kulturkonsumtionen nästan 7 % av all privat konsumtion.

Kulturens stora andel av konsumtionen och i synnerhet dess andel av den privata konsumtionen visar att den finländska kulturmarknaden är stor i förhållande till befolkningsunderlaget och att de allmänna förutsättningarna för kulturproduktionen och -utbudet är mer än rimliga.

Kulturexporten och kulturens ekosystem

Kulturen har ett välfungerande ekosystem (från konstfostran till konstutbildning på högskolenivå och från en stark infrastruktur med omfattande företagsaktiviteter till konsumtion). Det kulturella ekosystemet är den finländska kulturexportens viktigaste konkurrensfördel. Men det finns utrymme att förbättra det kulturella ekosystemet och effektivisera de politiska åtgärderna för att främja ekosystemet. Kulturpolitiken har svarat på kulturfältets utmaningar och möjligheter med åtgärder som har skapats under olika tidsperioder med då rådande utgångspunkter och målsättningar. Det har lett till en mångfald av kulturpolitiska åtgärder. På samma sätt har näringspolitiken utvecklat alltmer målspecifika instrument. Resultatet är att företagsutvecklingen har ett stödsystem som är mycket fragmenterat och svårt att använda.

Under de senaste åren har många rapporter om förvaltningen pekat på nödvändigheten att se helheter och sammanhang (jfr Kulturpolitisk strategi 2020, Statsrådets redogörelse om kulturens framtid och Strategiskt projekt för kreativ ekonomi). Beredningsgruppens strävan har varit att arbeta med den helhet som ekosystemet utgör och utvecklingsprogrammets utgångspunkt har varit att en välfungerande kulturell grund och ett kulturellt ekosystem är en förutsättning för att det skall uppstå exportprodukter och -tjänster. Exportprodukter kan inte födas ur intet och därför kan kulturexporten inte ökas med endast exportfrämjande åtgärder. Utan export och berikande internationella sammanhang är Finlands kulturella ekosystem bristfälligt och saknar en viktig komponent för att kunna

utnyttja och realisera sin potential. Tiotals företagare och aktörer har poängterat att den inhemska marknaden inte möjliggör en lönsam produktion. Tillväxt och lönsamhet kan fås endast genom export.

Kulturexporten är alltså en integrerad del av de allmänna kultur- och näringspolitiska målsättningarna och är beroende av kultur- och näringspolitiska åtgärder och deras effekt på det kulturella ekosystemet. Ifall kulturexporten utvecklas på ett mångsidigt sätt kan den bidra till en diversifiering av exportstrukturen, en ökning av produktiviteten och avkastningen på de offentliga satsningarna på den kulturella infrastrukturen samt till ökade inkomster för kulturområdets professionella. Det här är viktigt i situationer då den offentliga ekonomin stramas åt.

Åtgärder för att främja kulturexporten

Den viktigaste iakttagelsen om programmets utvecklingsåtgärder är att företagets och aktörernas resursbehov för produktutveckling, produktifiering, marknadsföring och branding på ett markant sätt överskrider utvecklingsprogrammets resurser. Programmets åtgärder har synliggjort företagets och aktörernas dolda behov av exportfrämjande. Den allmänna åsikten är att varuproduktionen inte är något problem, men att det inte finns tillräckligt med finansiering för att marknadsföra produkterna på ett effektivt sätt, vilket är en förutsättning för att kunna dra nytta av dem.

Undervisnings- och kulturministeriet har utvecklat nya grepp och åtgärder på basen av beredningsgruppens arbete och både arbets- och näringsministeriet och utrikeshandelsministeriet beaktar i allt större omfattning kulturexportens utvecklingsmöjligheter. Trots det är statens ”verktyglåda” fortfarande bristfällig och motsvarar inte företagets behov. Bristerna gäller fram-

för allt finansiering för nya företag (eller företag som börjar arbeta med export), för produktutveckling och tillväxt. Det huvudsakliga stödinstrumentet är statsunderstöd. Det finns inga låne- eller kapitaliseringsinstrument som skulle motsvara företagets behov. Trots att behovet av understöd är uppenbart kan understöden inte vara – och ska inte vara – den huvudsakliga stödformen för företag som redan arbetar med export.

Det finländska systemet för företagstjänster erbjuder mångsidiga finansieringsinstrument, men företagen inom de kreativa näringarna anser att ansökningsförfarandet är för tungt. Företagstjänsterna motsvarar inte företagets behov och rådgivningssystemets experter och konsulter är inte förtrodda med de kulturella och kreativa näringarnas intjäningslogik. Systemet har utvecklats för den traditionella industrins behov och för att tjäna den. En modifiering och modernisering av företagstjänsterna blev den viktigaste enskilda målsättningen för beredningsgruppen. Målsättningen att jämställa kulturbranscherna med andra exportbranscher kan inte uppnås utan att företagstjänsterna reformeras.

På basen av arbets- och näringsministeriets beredning bl. a. i Luotu-projektet (Kreativ framtid) och i Strategiskt projekt för kreativ ekonomi föreslog beredningsgruppen för kulturexport år 2008 att Finland bör inrätta en utvecklingsaktör för kreativa näringar.

Arbetsminister Sinnemäki utsåg en utredare med uppdraget att göra en analys och komma med förslag till åtgärder. På basen av resultatet tillsatte arbetsminister Sinnemäki, näringsminister Pekkarinen och kultur- och idrottsminister Wallin i oktober 2010 en arbetsgrupp med uppdraget att fungera som ministeriernas expertorgan för att bereda och starta upp en utvecklingsaktör för kulturella och kreativa näringar och kulturentreprenörskap. Målsättningen är att för de kreativa näringarna utveckla ett system som skulle förenkla de nuvarande fragmenterade tjänsterna och

generera finansiering och samtidigt testa en modell som kunde modifiera företagstjänsterna så att de på ett bättre sätt skulle motsvara tjänstesektorns utvecklingsbehov. Kanadas företagsutveckling för musik, arkitektur och spel har fungerat som en modell. De kanadensiska systemen har visat sig vara mer effektiva än allmänna, gemensamma system för alla branscher. Den kanadensiska modellens viktigaste särdrag är att branscherna har ett starkt ägarskap, och därför har systemen tillgång till branschernas toppkompetens, dessutom är systemen flexibla och motsvarar företagens behov.

Ministeriernas samarbete

Utvecklingsprogrammet för kulturexport har fungerat som en plattform för ministeriernas strategiska och praktiska samarbete. Undervisnings- och kulturministeriet (UKM), arbets- och näringsministeriet (ANM) och utrikesministeriet (UM) har bl.a. koordinerat ärenden om kulturexport i statens budgetproposition och finansierat gemensamma projekt som Finpros Luovimo-projekt och kulturprogrammet på världsutställningen i Shanghai. Samarbetet har lett till synergi och effektivitet i resursanvändningen och gjort det möjligt att genomföra ambitiösa projekt.

På statsrådsnivå har det under regeringsperioden 2007-2011 funnits en ledningsgrupp för ärenden om kulturexport. Kultur- och idrottsministern fungerade som ordförande för ledningsgruppen som hade följande medlemmar: utrikesministern, ministern för utrikeshandel och utveckling, näringsministern, justitieministern och finansministeriets statssekreterare.

Den politiska styrningen och engagemanget i utvecklingsarbetet för att främja kulturexporten kan inte överskattas. Kulturexporten förenar målsättningarna för flera förvaltningsgrenar. I det fortsatta arbetet är

det skäl att ytterligare förtydliga och stärka den politiska styrningen genom att inrätta en ministerstyrd allmän ledningsstruktur för de kreativa näringarna.

Kulturbranschens särdrag

Förståelsen för kulturbranschernas och kulturexportens särdrag har ökat under implementeringen av utvecklingsprogrammet. Det är nödvändigt att ta hänsyn till branschens särdrag för att ytterligare öka de offentliga åtgärdernas genomslagskraft och kulturens nationalekonomiska betydelse.

1) Branschens företagsstruktur

Utredningen *The Entrepreneurial Dimension of the Cultural and Creative Industries* (2010), som utfördes av Utrecht School of the Arts för Europeiska Kommissionen, konstaterar att 80 % av de europeiska företagen inom den kreativa ekonomin är små och medelstora företag (SMF) och mikroföretag, och av dessa är 60% mikroföretag med 1-3 anställda. De stora företagen utgör 1%, men producerar 40% av branschens hela omsättning. Medelstora företag är sällsynta. Finland har inte statistiska uppgifter om företagsstorleken i de kulturella och kreativa näringarna, men strukturen är utan tvekan likartad.

Det är karaktäristiskt för företagsstrukturen att en majoritet av företagen koncentrerar sig på den konstnärliga och kulturella (primär)produktionen. Dessa företag är de minsta. I kontrast till den fragmenterade produktionen är utgivningen, distributionen och försäljningen centraliserade och sköts av större företag. Företagens storlek och affärsverksamhetens volym ökar ju längre man avancerar på värdekedjan från produktion till distribution.

Det finns ett överutbud av kulturprodukter och -tjän-

ter och det leder till att producenternas förhandlingsläge i relation till distributörerna är svagt. På den internationella marknaden syns det här ännu klarare, i synnerhet som de finländska distributörerna i huvudsak endast fungerar på den inhemska marknaden. Det leder till att de finländska producenterna ofta är tvungna att förhandla direkt med stora internationella distributörer.

2) Mellanskiktet av förmedlare

Kulturexporten försvåras också av ett annat karaktäristiskt särdrag i företagsstrukturen. Gruppen med professionella förmedlare (agenter, managers etc) är liten och outvecklad. Inom konstområdet är förmedlarna oftast små mikroföretag eller andra aktörer av varierande kvalitet. En del av företagen som erbjuder kulturtjänster fungerar mycket professionellt medan en del fungerar per projekt. Diges ry gjorde år 2008 en utredning för beredningsgruppen och enligt den finns det ca 40 förmedlarföretag i Finland och ca 20 företag som vid sidan om annan verksamhet också har en förmedlande roll. Förmedlarna är vanliga inom populärmusik och bildkonst och de arbetar endast sällan eller aldrig inom andra kulturområden.

Svagheter i förmedlarstrukturen leder till att det är svårt att få ut produkterna på marknaden eller till komplicerade förhandlingar om att alls få tillträde till marknaden. Bristen på förmedlare leder till att varje producent/konstnär själv ska förhandla om distributionen, och då fungerar producenten/konstnären utanför sitt kompetensområde och måste använda en stor del av sin tid på annat än konstnärlig och kulturell produktion. På den internationella marknaden görs kontrakten av en agent, eller med bistånd av en agent, medan finländska producenter ofta måste använda utländsk expertis. Arvodena till utländska förmedlare är en förlust för producenten och den finländska nationalekonomin.

3) Immateriella rättigheter och rättighetsförvaltning

De immateriella rättigheterna, i synnerhet copyright och närliggande rättigheter utgör grunden för kulturekonomin och handeln. Kulturexport handlar ofta om handel med rättigheter. Rättighetsfrågornas betydelse har under utvecklingsprogrammets implementeringsperiod blivit allt viktigare både i ett internationellt och finländskt perspektiv.

Riksdagens framtidsutskott konstaterar i sitt utlåtande om statsrådets redogörelse om kulturens framtid ”i informationssamhället har maskinerna och råvarorna en biroll. Det immateriella mervärdet har huvudrollen. Det immateriella mervärdet driver värdeökningen i dagens företag, och därför måste samhället förstå, administrera och mäta immateriella ting och rättigheter.” Att förstå och mäta immateriella rättigheter involverar två frågor som är avgörande för kulturexporten och hela den kreativa ekonomin.

Det finns inga vedertagna sätt att värdera immateriella rättigheter och det är ett stort problem i synnerhet för finansieringen för kulturella och kreativa näringar. De immateriella rättigheternas värde kan inte uppskattas i företagets balansräkning, som analyseras av såväl privata som offentliga finansiärer och placerare innan de fattar sina finansieringsbeslut. De immateriella rättigheternas värde är kopplat till produkter och tjänster. Det leder till att kulturföretagens situation är sämre än de traditionella industriföretagens när det gäller att få finansiering.

En annan utmaning handlar om konstnärerna och producenterna och deras möjligheter att behålla sina rättigheter. Producenterna måste ofta avstå från sina rättigheter för att kunna finansiera produktutvecklingen eller få distributionsavtal. Det här leder till att producenterna i praktiken blir underleverantörer och kan inte själva dra nytta av produktens framgång. I stället går intäkterna till internationella distributörer

som har förvärvat rättigheterna.

I dessa fall uppstår det nationalekonomiska mervärdet i praktiken endast av de löner som företaget eller aktören har betalat. I de fall då producenten ändå lyckas behålla rättigheterna, i synnerhet då det gäller kulturprodukter med AV-innehåll eller/och spel kan den internationella framgången mångdubbla värdeökningen och omsättningen. T.ex. uppskattar den finländska spelindustrin att sektorns årliga omsättning - t.o.m. med nuvarande försäljningsvolym - kunde öka från nuvarande 100 milj. EUR till 300 milj. EUR ifall spelutvecklarna kunde finansiera produktutvecklingen och organisera distributionen utan att avstå från sina rättigheter.

Konklusioner

Vid sidan om de praktiska utmaningarna kring produktifiering och marknadsföring visar erfarenheterna från kulturexportprogrammets implementeringsperiod att de kreativa näringarnas företags- och förmedlarstruktur och rättighetsförvaltningen tillsammans utgör ett strukturellt problem.

För att stärka kulturproduktionens ekonomiska bas och kulturens nationalekonomiska betydelse måste branschens förädlingsvärde höjas genom att finansiera produktionsbolagens produktutveckling, produktifiering och marknadsföring samt genom att stärka förmedlarstrukturen för att få ut produkterna på marknaden. Dessutom måste produktionsbolagens förhandlingsläge stärkas så att de kan behålla sina immateriella rättigheter.

En av de viktigaste målsättningarna för nästa regeringsperiod är att avlägsna nuvarande flaskhalsar och därmed höja de kreativa näringarnas förädlingsvärde, samt att utveckla den kreativa ekonomin och verksamhetsförutsättningarna för de kulturella och

kreativa näringarna. Endast då kan den ekonomiska potentialen utnyttjas till fullo.

För att nå målet måste den offentliga ”verktyglådan” diversifieras och i synnerhet måste företags-tjänsterna modifieras så att de är tillgängliga också för de kulturella och kreativa näringarna.

De kulturella och kreativa näringarnas produkter och tjänster riktas i huvudsak direkt till konsumenterna och därför är det svårt att förutspå deras framgång. Ur de offentliga investeringarnas perspektiv är det viktigt att branscherna har egna starka och kompetenta exportfrämjande strukturer som kan stöda och organisera gemensamma exportprojekt och stärka företagens exportfärdigheter. Även om branschernas marknader och intjäningslogik kan vara väldigt olika är många exportfrämjande åtgärder och kompetenser ändå lika. Det vore skäl att överväga hur bransch- och exportorganisationernas samarbete kan fördjupas och hur deras exportfrämjande strukturer kan konsolideras.

Men fina planer är inte nog, de måste också implementeras på ett effektivt sätt. Såsom ovan har konstaterats kan Finland dra nytta av de kreativa näringarnas internationella handel och av den kreativa ekonomins tillväxt. Men det förutsätter två ting; modet att reformera de traditionella offentliga tjänsterna och ett entydigt politiskt beslut om att utveckla kulturexporten och den kreativa ekonomin.

Ett förslag till riktlinjer för att främja kulturexporten under regeringsperioden 2011-2015 finns i slutet av denna rapport.

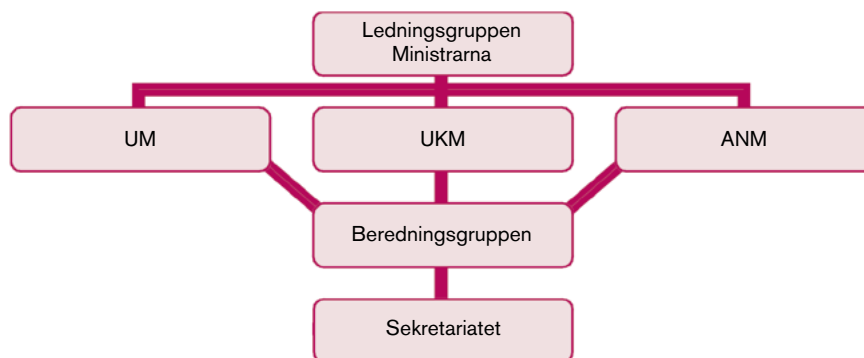
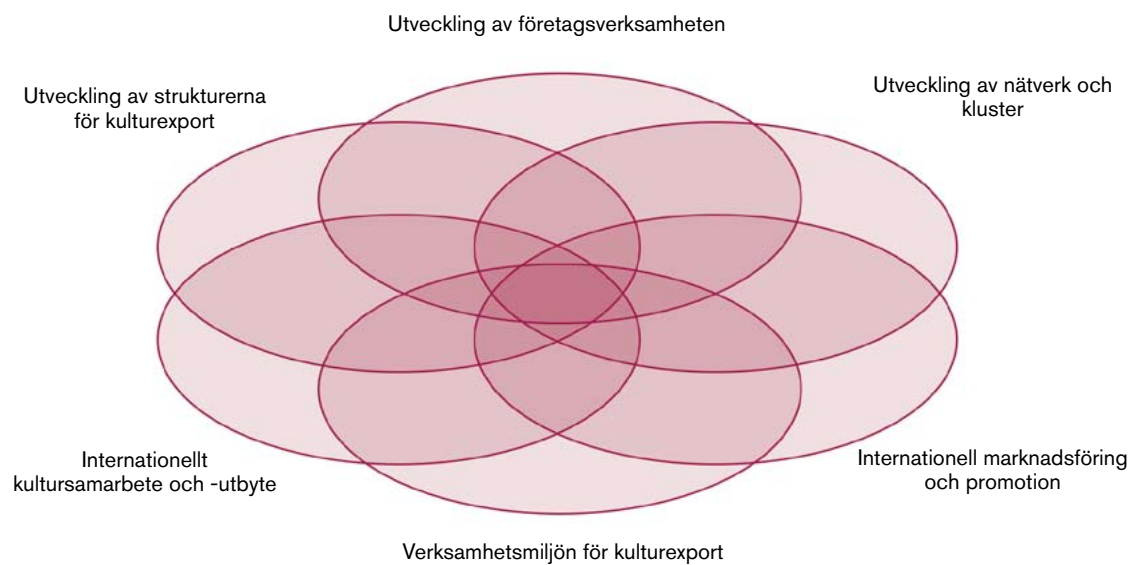
Utvecklingsprogrammet för kulturexport - implementering, struktur och kommunikation

Implementeringen av utvecklingsprogrammet anpassades till strukturen hos de sex utvecklingsmålen. I praktiken spreds åtgärderna tämligen brett. Varje utvecklingsmål involverade flera åtgärder, men de flesta fokuserade på ”utveckling av företagsverksamheten”.

Beredningsgruppens sekretariat sammanträdde varannan månad. Beredningsgruppen hade 2-3 möten i året och totalt tre heldagsmöten då gruppen diskuterade utvecklingsprogrammets stora linjer. Ledningsgruppen sammanträdde två gånger.

Under programperioden publicerades tre omfattande rapporter, år 2007, 2008 och 2009. Rapporten år 2007 beskriver beredningsgruppens åtgärdsförslag och finansieringsbehov för hela programtiden. Rapporten 2008 beskriver hur implementeringen inleddes. Rapporten 2009 beskriver programmets implementerade åtgärder per bransch med belysande exempel. En beskrivning av implementeringen år 2010 ingår i slutrapporten. Rapporterna finns tillgängliga på undervisnings- och kulturministeriets nätsidor www.minedu.fi och på exportnätverkets sidor www.kulttuurivienti.fi

Stödnätverket för kulturexport fick år 2007 en egen hemsida www.kulttuurivienti.fi och sedan början av år 2009 har nätverket distribuerat ett nyhetsbrev. Sedan 2007 har det publicerats flera rapporter och utredningar om de kreativa branscherna, de kulturella och kreativa näringarna och det internationella samarbetet.



Organisationen för implementeringen av utvecklingsprogrammet för kulturexport.

Implementerade åtgärder under hela programperioden

De årliga rapporterna har följt upp programmets sex utvecklingsmål. Materialet i denna rapport är sammanställt enligt den kategorisering som finns i JAVISST-rapporten och med exempel som belyser hur programmet genomfördes under fyra år. Materialet är sammanställt i följande kategorier:

- Programhelheter
- Projektfinansiering
- Exportnätverk
- Gemensamma projekt och utbildningsinsatser
- Branschspecifik forskning och statistik
- Utveckling av stödnätverket för kulturexport
- Stödsystemet för konst och kultur

Denna slutrapport behandlar inte åtgärder som rapporteras i tidigare årsrapporter utan fokuserar på exempel som beskriver implementeringen under hela programperioden.

Programhelheter

Under utvecklingsprogrammet inleddes flera processer och program inom förvaltningen på de ministerier som var engagerade i kulturexporten och vars målsättningar sammanföll med programmets målsättningar.

Exempel på program

Arbets- och näringsministeriet inledde ett Strategiskt projekt för kreativ ekonomi. Projektets var mål att utveckla företagsverksamheten, främja arbetsmarknadens funktionsduglighet och sätta fart på produktutvecklingen i de kreativa näringarna. Projektet producerade också framtidsvisioner och marknadsprognoser för att förutse behovet av reformer och förändringar. Projektet fortsätter till den 30.9.2011.

Projektets ledningsgrupp bestod av arbetsminister Anni Sinnemäki som ordförande och med överdirektör Petri Peltonen från arbets- och näringsministeriets innovationsavdelning som viceordförande. Ledningsgruppens övriga medlemmar representerade arbets- och näringsministeriet, Tekes (Utvecklingscentralen för teknologi och innovationer), Finnvera, Finpro och PKT-Säätiö (SMF-stiftelsen). Projektet hade flera arbetsgrupper som engagerade drygt 100 personer, även ANM:s innovationsavdelnings arbetsgrupp för innovationsefterfrågan.

Följande åtgärder har inletts på ANM för att utveckla ministeriets verksamhetsområde:

för att avlägsna sysselsättningshinder

- en uppdatering av yrkesklassificeringen i databasen över yrken
- specialkompetenser för rådgivning och tjänster för kreativa professionella tas i bruk i hela landet, särskilda servicepunkter för kreativa yrken
- utveckling av grupptjänster för arbetssökande inom kreativa yrken

företagande/entreprenörskap som sysselsättning

- utveckling av systemet med startpeng
- utveckling av andelsbolagens verksamhetsformer

identifiering av nya arbetsformer och utveckling av nya tjänster, den sk. tredje vägen

- påkallade ändringar i socialskyddet, lagstiftningen etc

utveckling av företagstjänster

- utveckling av rådgivnings- och experttjänster enligt principen om "endast en lucka".

Grunden för alla utvecklingsaktiviteter är att synliggöra den kreativa ekonomin och de kulturella och kreativa näringarna. Samtidigt behövs det mycket numerisk information samt information om de kreativa branschernas infrastruktur. Därför har man i två omgångar arbetat med branschbeskrivningar eller s.k. fact sheets. Beskrivningarna från den första omgången är i bruk på närings-, trafik- och miljöcentralerna (ELY- centraler) och hos utvecklingsaktörerna. Den andra omgången resulterade i en modell för insamling av numerisk information. Tekes har med sina redskap deltagit i arbetet och producerat branschspecifika sammanfattningar. Parallellt med branschbeskrivningarna har man försökt analysera de kreativa näringarna enligt en enkel maturitetsmodell, som har använts bl.a. inom spelindustrin.

Tilläggsinformation:

http://www.tem.fi/files/19795/luovatat_alat.pdf

Tekes program för Fritidstjänster 2006 - 2012 främjar affärsverksamhet inom turism, kultur, underhållning, sport och välbefinnande. Programmetts målsättning är att utveckla företagskulturen så

att företagen i större omfattning skulle arbeta med produkt- och tjänsteutveckling för att bredda affärsverksamheten. En annan målsättning är att företagen i större utsträckning också skulle använda sig av forskningsresultat.

Antalet företag som erbjuder fritidstjänster är stort: t.ex. turistsektorn i Finland har 13 000 anställda. Fritidsprogrammets mål är att få fart på pionjärföretagens utveckling och sprida deras best practise och exempel till andra företag. När programmet inleddes år 2006 valdes turismen som den första målbranschen. Idrotts- och motionsföretagen har aktivt sökt finansiering.

Under år 2010 har de kreativa näringarna upptäckt programmet. CreaMentors Oy har fungerat som Tekes partner och har sedan våren 2010 aktiverat kreativa näringar inom kultur och underhållning. CreaMentors uppdrag är att sparra aktörerna och hjälpa företagen att utnyttja programmets tjänster när de utvecklar sina verksamheter. I oktober-november 2010 arrangerades aktiveringsinsatser för inbjudna aktörer och företag på fyra regionala tillställningar i Uleåborg, Tammerfors, Kuopio och Helsingfors. Totalt samlade tillställningarna ca. 80 aktörer från de kulturella och kreativa näringarna.

Fritidstjänster- programmet hade fram till hösten 2010 fattat beslut om finansiering för 77 projekt som initierats av företag och forskningsinstitut (varav ca 5% gällde kreativa branscher). Finansieringsbeslutens totala volym är 18,8 milj. EUR. Av denna summa går 11,6 milj. EUR till företagsprojekt. Tekes finansieringsandel i projekten hade till slutet av år 2010 stigit till totalt 11 miljoner EUR.

Företagen kan löpande ansöka om finansiering. Programmet finansierar företagets utvecklingsprojekt men också tillämpade forskningsprojekt som stöder företagets innovationsverksamhet. Fritidstjänsterprogrammets ansökningsfrister för forskningsprojekt har nu stängts, men under år 2011 kan forskningsinstitutioner ännu ansöka om finansiering för projekt som genomförs i samarbete med företag som har parallella projekt.

Tilläggsinformation: www.tekes.fi/ohjelmat/vapaa-aika

Inom utrikesministeriets förvaltningsområde analyserades den finländska kulturens särdrag i Dele-

gationen för varumärket Finland med Jorma Ollila som ordförande. Delegationen tillsattes av utrikesminister Alexander Stubb och delegationens slutrapport publicerades i november 2010. På basen av en omfattande medborgardiskussion definierade delegationen Finlands centrala styrka som en exceptionell förmåga att lösa problem: Funktionalitet är Finlands trumfkort som särskiljer oss från andra.

”Den uthållighet som kännetecknar vår konst kommer också till uttryck på ett allmänt plan i vårt sätt att möta problem”. Delegationen granskade inte Finlands starka sidor enligt en traditionell indelning, t.ex. som om kultur och ekonomi skulle utgöra skilda delområden. Kulturen är inte skild från resten av samhället. Kulturen är en central del av vår identitet och den är närvarande i våra styrkor. Det finns nånting mycket unikt i vår kultur och det syns i att vi i förhållande till vårt invånarantal har exceptionellt många kontroversiella personligheter som beträder topp-positioner inom sina konstområden.

Men utanför vår omedelbara verksamhetskrets vet man inte mycket om Finland. Finlandsbilden utomlands är inte alls så klar som Finlands framgångar i flera internationella mätningar skulle förutsätta. Det är ett tecken på att vi inte uppskattar våra starka sidor och att vi inte heller kan kommunicera dem till omvärlden. Finland är beroende av utlandet, men Finland underpresterar i sin kommunikation med omvärlden.

Delegationens recept var entydigt: Att utveckla Finland och förtydliga Finlands image går hand i hand – det behövs nya grepp om vi skall klara oss! Här finns något att göra för oss alla. Delegationen gav ett flertal aktörer i uppdrag att göra Finland till ett ännu bättre land att leva i. Men det finns inga trick för att stärka Finlandsbilden, världens starkaste lands- och produktbrand skapas endast med målinriktat arbete och kommunikation under flera decennier. Delegationen definierade målsättningar för Finland år 2030, och då:

- finns det mera arbete i Finland och arbetet är mer betydelsefullt än förr
- investerar man i finländsk kreativitet och expertis
- har Finland upptäckts av turister som uppskattar vårt land
- kommer Finland med rent vatten och utbildning till konflikttrabbade områden
- attraherar Finland specialister i världsklass
- känns det riktigt bra att vara finländare

Delegationen föreslår att det fortsatta arbetet med varumärket Finland tas med som ett prioriterat område i regeringsprogrammet 2011- 2015. Finland måste utvecklas och samtidigt måste landets internationella kommunikation effektiviseras. Det förutsätter gemensamma ansträngningar från myndigheter, företag och organisationer. Den inhemska kommunikationen förutsätter nya organisationsformer och Finland-aktörerna utomlands måste dra åt samma håll enligt konceptet House of Finland.

Utrikesministeriets offentlighetsdiplomati arrangeras så att den stöder delegationens målsättningar. Aktiviteterna styrs av de nya programmen där utrikesministeriet per mottagarland definierar specifika mål för budskap, målgrupper och åtgärder i den icke-statliga diplomatin och kommunikationen. Här är kulturen en central kanal som Finland kan använda för att inför världen reflektera sina unika särdrag och sin förmåga att lösa problem. Det nationella programmet för kulturexport har under regeringsperioden 2007-2011 förverkligat delegationens målsättningar genom flera utvecklingsåtgärder. För att stärka varumärket Finland är det väsentligt att de kulturella och kreativa näringarna och den kreativa sektorn får bättre möjligheter att komma fram utomlands. Här finns det ännu många outnyttjade möjligheter. En stark kulturell dimension i varumärket Finland kommer hela kulturfältet till godo. Toppnamnen, spjutspetsprojekten och nya genombrott väcker intresse och fungerar som dörroppnare för nykomlingar.

Tilläggsinformation:
www.tehtavasuomelle.fi

Program inom undervisnings- och kulturministeriets förvaltningsområde

Produktutvecklingen och produktifieringen inom kulturturismen har främjats som en del av kulturexporten. Undervisnings- och kulturministeriet tillsatte år 2007 en arbetsgrupp för att föreslå åtgärder för att stärka kulturturismen. Målet är att stärka Finlands image som ett attraktivt rese-mål med fokus på kulturturism.

Ledningsgruppen för kulturexport godkände i december 2008 arbetsgruppens förslag till handlingspro-

gram för produktifiering för kulturturismen för åren 2009-2013. Målet är att få fram produkter och tjänster inom kulturturismen. Programmets alla utvecklingsåtgärder har startat och visat sig vara relevanta. Samarbetet mellan aktörerna inom kultur- och turistsektorerna har haft en nyckelposition i arbetet och samtidigt har kunskapsbasen stärkts. I början av 2011 startade det nationella programmet för kulturturism Culture Finland, som främjar nätverkssamarbete och internationalisering.

För implementeringen av åtgärderna för att främja kulturturismen inom ramen för utvecklingsprogrammet för kulturexport anvisade undervisnings- och kulturministeriet 400 000 EUR år 2009 och 2010. År 2009 beviljades bidrag till 20 projekt. År 2010 fick 22 projekt bidrag. För år 2011 har 750 000 EUR reserverats.

Under åren 2008-2010 har det publicerats tio utredningar om kulturturism. Utredningarna har granskat kulturens betydelse för turismen i Finland, bl.a. intresset för Finland som turistmål, utländska turisternas erfarenheter från finländska turistmål samt de finländska kulturevenemangens betydelse för turismen och evenemangens internationella potential. Utredningsarbetet har tecknat en helhetsbild av kulturturismens förutsättningar. Med tanke på den internationella turistmarknaden är produktifieringen av Finlands kultur ännu outvecklad men här finns det en stor potential.

Tilläggsinformation:
www.kulttuurivienti.fi

Det riksomfattande ESF-utvecklingsprogrammet 2007-2013 för tillväxt och internationalisering för de kulturella och kreativa näringarna inleddes år 2007 och koordinerades av UKM. Programmets åtgärder sträcker sig till år 2013. Programmet stärker de kulturella och kreativa näringarnas kunnande inom produktutveckling, innovation, business och företagsverksamhet, producent- och manageryrken samt branschens kunskapsbas och förmåga att förutse utvecklingen.

EU och staten finansierar utvecklingsprogrammet med 14 miljoner EUR. Till slutet av år 2010 hade 16 projekt finansierats. I december 2010 inleddes förhandlingar om finansiering till åtta nya projekt. Drygt 9 miljoner EUR hade bundits till utvecklingsprogrammet i slutet av år 2010. Projektet omfattade 497 företag och 2109 personer. Luova Suomi (Creative Finland) har bidragit med koordinering och stött implementeringen av utvecklingsprogrammet.

Utvecklingsprogrammets implementering lyckades bra. Programmet har på ett mångsidigt sätt finansierat projekt som uppfyller dess målsättningar. För de kreativa näringarna i Finland gäller det att stärka affärsverksamheten, som i sin tur främjar kulturexporten. TAIVEX och Finnish Music Express har arbetat med direkt exportfrämjande. Dessutom har internationaliseringen varit ett centralt element i flera projekt, bl.a. Film Location Finland och Sillanrakentajat (Brobyggarna). Två nya internationaliserings- och exportprojekt ligger dessutom i startgroparna.

Endast ett fåtal ansökningar har gällt internationaliseringsprojekt trots att internationalisering var ett viktigt bedömningskriterium. Å andra sidan motsvarar ESF-finansieringen inte alltid aktörernas internationaliseringsbehov och den grupp som arbetar med internationalisering är tämligen liten.

Tilläggsinformation om ESF-projekten:
www.luovasuomi.fi

Projektfinansiering

Projektfinansieringen har varit ett viktigt instrument i utvecklingsprogrammet för kulturexport. Projektfinansieringens mål att ge bra projekt goda möjligheter att lyckas. Riktlinjerna för projektfinansieringen utformades år 2008 då ledningsgruppen godkände beredningsgruppens åtgärder och finansieringsbehov.

Arbets- och näringsministeriets internationaliseringsbidrag till gemensamma företagsprojekt under åren 2007-2010

	2007	2008	2009	2010
Internationella projekt	17 766 000	29 564 000	18 928 000	26 010 509
... varav kultur	766 000	2 006 000	1 352 000	2 379 000
och implementeringen av Shanghai World Expo 2010	-	10 275 000	835 000	1 555 000

Utrikesministeriet har årligen arrangerat ca 150 - 200 gästprogram med koppling till kultur. Utrikesministeriet inviterade ca 700 gäster under programperioden. Projektfinansieringen inklusive utrikesministeriets öronmärkta kultursatsning var ca EUR 350 000/år. De finländska beskickningarnas resurser bör också tas med i räkningen. Med årsverken är utrikesministeriets kultursatsning ca 5 miljoner EUR.

	2007	2008	2009	2010
Skräddarsydda program för gäster	94	78	97	72
Showcase- och festivalgäster	82	89	107	81
Totalt	176	167	204	153

Undervisnings- och kulturministeriets projektfinansiering för kulturexport har under programperioden ökat betydligt.

	2007	2008	2009	2010
Stöd till kulturexportens spjutspetsprojekt	794 000	1 694 000	1 344 000	1 644 000
Stöd till projektutveckling	-	-	100 000	150 000
Kulturprogrammet på Shanghai World Expo	-	-	634 232	233 000
Produktutveckling och produktifiering för kulturturism	-	-	315 000	400 000
Stöd till informationscentralernas kulturexport	-	-	800 000	800 000
Projektstöd för kulturinstitutens kulturexport	-	-	200 000	500 000
Totalt	794 000	1 694 000	3 393 232	3 727 000

* Från år 2009 fick konstområdets informationscentraler och kulturinstituterna projektstöd för sina exportprojekt inom ramen för deras budgetanslag, vilket innebar att det fanns fler resurser för spjutspetsprojekten.

År 2009 tillsatte undervisnings- och kulturministeriet en bedömningsgrupp med uppdraget att behandla ansökningar om statsbidrag för exportprojekt. För att bedömningen också skulle få kompetens i affärs- och näringsverksamhet kallades experter från arbets- och näringsministeriet. Arbets- och näringsministeriets medlemmar kom från ministeriet, från Tekes och från närings-, trafik- och miljöcentralerna (ELY). Dessutom kallades en representant för utrikesministeriet och Centralkommissionen för konst utsåg tre experter. Bedömningsgruppen har lett till att undervisnings- och kulturministeriets bedömning av exportprojekten har blivit mångsidigare.

Centralkommissionen för konst beviljade för första gången år 2009 stipendier och bidrag för att delta i nordiska eller EU kultursamarbeten samt för internationella kultur- och exportprojekt. Stödbehovet var stort och i den första ansökningsrundan var det ansökta beloppet 20 ggr större än de tillgängliga medlen. Allokeringen av medel för internationella kulturprojekt var ett initiativ av undervisnings- och kulturministeriet och avsikten är att i framtiden ytterligare utveckla möjligheterna för det internationella kultursamarbetet.

Exempel på kulturexportprojekt

Spjutspetsstödet för exportprojekt har bidragit till att Tero Saarinen Company kunde stärka sin position på den internationella marknaden och kompensera ett ofördelaktigt konkurrensläge pga att den inhemska basfinansieringen var liten. I många europeiska länder får dansgrupperna rikliga offentliga subventioner.

Stödet gjorde det möjligt att utveckla en övergripande varumärkesstrategi samt kommunikations- och marknadsföringsstrategier för att finna nya marknadsområden och bredda produktsortimentet. Stödet har kanaliserats bl.a. till att förnya nätsidorna, anställa marknads- och försäljningschefer samt för att producera promotionsmaterial.

Tero Saarinen Companys föreställningar har gästspelat i över 40 länder och varje år har föreställningarna också nått nya länder: under åren 2006-2010 uppträdde gruppen för första gången i Mexiko, Argentina, Colombia, Kanada, Australien, Nya Zeeland,

Norge och San Marino. Samtidigt stärkte gruppen sin position i sina gamla gästspelsländer Frankrike, Tyskland och USA.

Varje år inviteras Tero Saarinen Company till allt större och mer betydelsefulla teatrar, vilket är ett bevis på att gruppens och varumärkets internationella dragningskraft utvecklas. År 2005 hade gruppen i genomsnitt 545 åskådare per föreställning, år 2010 var genomsnittet redan 833 och låg i nivå med Finlands Nationalbalett.

Utvecklingsarbetet har lett till att Tero Saarinen Companys verksamhet har breddats och blivit mångsidigare. Verksamheten har rationaliserats och man har avskilt licensverksamheten och försäljningen av tekniska tjänster till Poetry in Motion Oy (tidigare Toothpick Oy), medan Into liikkeessä ry fortfarande svarar för Tero Saarinen Companys föreställnings- och produktionsverksamhet. Under 2005-2011 har Into liikkeessä ry:s ekonomiska volym vuxit från 726 999 EUR till 1,2 milj. EUR och Poetry in Motion Oy:s volym har ökat från 15 000 till nästan 200 000 EUR.

Gruppens finansieringsbas har också breddats. För sitt senaste verk fick gruppen samproduktionsstöd från Storbritannien, Frankrike, USA och Litauen. För att utveckla affärsverksamheten och processkunskan fick Tero Saarinen Company stöd från Tekes program för Fritidstjänster. Gruppen var den första kulturaktören som erhöll stöd från Fritidsprogrammet.

”Men hjälp av exportprogrammets spjutspetsstöd, EU- finansieringen och Tekes stöd har vi kunnat utveckla sådana delområden som är avgörande för den internationella framgången. Det hade inte varit möjligt med den finansiering vi har för vår basverksamhet. Vi befinner oss nu på en internationella nivå där det är viktigt att satsa på toppkvalitet och befästa vår position med långsiktigt arbete. Fastän vi redan har uppnått mycket är våra målsättningar ännu högre”, summerar Iris Autio, verksamhetsledare på Tero Saarinen Company.

Tilläggsuppgifter:
www.terosaarinen.com



Daegu Photo Biennale, Daegu/KR, 2010



Daegu Photo Biennale, Daegu/KR, 2010

Helsinki School- exportprojektets första fas inleddes med exportstöd år 2007 och projektet fortsätter ännu. Alla faser har genomförts planenligt och lett till goda resultat. Ca 50 konstnärer har deltagit i projektet.

Kulturexportstödet har gjort det möjligt att delta på flera konstmässor. Varje mässa leder till försäljning och till att varannan av de deltagande konstnärerna får åtminstone en ny möjlighet att ställa ut. Alla deltagare får möjlighet att ställa ut sina verk inom Helsinki School-helheten. Direkt eller indirekt leder det till nya intäkter för konstnärerna.

Konstmässorna är ett sätt att koordinera, producera och kuratera Helsinki School- gruppställningarna så att de utgör delar av större konstevenemang. Parallellt med att man bygger mindre gruppställningar i samarbete med privata gallerier samarbetar man med stora museer.

För de deltagande producenterna och galleristerna skapar projektet långvariga relationer till potentiella kunder, introducerar nya konstnärer för internationella gallerister och säkrar en kontinuitet.

Finlands institut i London har med stöd av kulturexportfinansieringen stärkt sin roll som en central aktör och nätverksledare i Storbritannien. Tack vare stödet har institutet ett gott rykte som en sakkunnig, aktiv och modig aktör på Londons krävande, mångkulturella och konkurrensutsatta designfält.

Kulturexportprogrammet har gjort det möjligt att

producera storskaliga projekt. Den ökade storleken och omfattande plattformar har lett till större synlighet och bredare kontaktytor i stationeringslandet. Med hjälp av exportstödet har institutet blivit en nyckelpartner för stationeringslandets events och det har stärkt institutets roll som en strategisk nätverksbyggare för inhemska och brittiska aktörer.

Större projekt fungerar som paraplyprojekt och möjliggör samarbete med flera grupper. Projekten sammanför olika aktörer och verksamheter och ökar därmed nätverkskapitalet för alla parter. Genom att föra samman olika aktörer belyses deras olika utgångspunkter, verksamhetsförutsättningar och behov, och då kan projekten utvecklas så att de blir en verksamhetsplattform som berikar alla deltagare.

Kring större projekt är det också enklare att åstadkomma långsiktigt företagssamarbete. HEL YES! har lett till att flera företag har kontaktat institutet med samarbetsförslag för framtiden.

Kulturexportprojektet möjliggör större projekt, som i sin tur öppnar dörrarna för annan finansiering. HEL YES! projektets budget var 250 000 EUR, varav 26% var undervisnings- och kulturministeriets exportstöd, 16% var företagsstöd och 33% annat privat/offentligt stöd från Finland.

Institutets egna informationsresurser i Storbritannien är minimala. Exportstödet möjliggjorde långsiktig och omfattande kampanjinformation i Storbritannien. En bra synlighet underlättar nätverksarbetet och öppnar nya dörrar när projektet är slutfört. Dessutom



New Art Photography from Finland, Loft Project ETAGI, St. Petersburg /RU, 2009, vernissage



New Art Photography from Finland, Loft Project ETAGI, St. Petersburg RU, 2009, hängning av utställningens

möjliggör stödet mediauppföljning både i hem- och stationeringslandet.

Kulturexportstödet möjliggör större projekt som i sin tur utvecklar kompetensen eftersom stora projekt gör det möjligt att utveckla nya verksamhetsformer, undersöka nya nätverksformer, initiera utbildnings-export och följa upp resultaten, bedömningen och feedbacken.

Aktörernas roller blir klarare eftersom stora projekt förutsätter att samarbetet måste anpassas till parternas behov. Projekten ger institutet möjlighet att arbeta effektivt som en trovärdig internationell aktör inom sitt område. Det leder till ökade samarbetsmöjligheter och nya projektförslag. På så sätt utvecklar instituten också det inhemska fältets internationella kompetens genom best practises.

Fler beskrivningar av spjutspetsprojekten inom kulturexporten finns på www.kulttuurivienti.fi

Exportnätverk

Exempel på exportnätverk

Music Export Finland grundades år 2002 som en exportfrämjande organisation med målet att bidra till ökade exportintäkter för den finländska musikbranschen. För att uppfylla målet arbetar Musex med att:

- skapa förutsättningar för att öka den finländska musikexportens marknadsvärde
- presentera finländska artister, kompositörer och andra aktörer, uppträdande artister samt deras representanter för de viktigaste internationella inköparna och gate keepers och skapa förutsättningar för nya avtal om utgivning, distribution, produktionssamarbete och turnéer
- bredda musikbranschens utbud av exportprodukter och därmed öka de finländska proffsens inkomstflöden från utlandet
- utveckla export- och businesskunnandet bland musikbranschens proffs och företag.

Verksamheten drivs sedan 2005 av en förening, som består av musikbranschens takorganisationer. Tack vare medlemsorganisationernas bredd står exportorganisationens tjänster till förfogande för alla professionella inom det finländska musikområdet. Klienterna är professionella artister, skiv- och publikationsbolag, managementföretag, agenturer samt flera nya tjänsteföretag.

Arbets- och näringsministeriet finansierar Musexs verksamhet med ett årligt verksamhetsbidrag. År 2010



Five Corners Quintet på Tokyo Blue Note i samband med Finland Fest

var bidraget 280 00 EUR. Dessutom har ministeriet stött Musexs samarbetsprojekt med 1 196 600 EUR.

År 2010 beviljade Musex 41 turnéstöd, totalt 367 000 EUR av UKM:s kulturexportstöd. Exportstödet för 2010 är ännu inte fastslaget (bokslutet blir klart i mars 2011), men det uppskattas till 500 000 EUR. Resultaten handlar om distributionsavtal, utgivningar, turnéer samt andra former för partnerskap. År 1999-2007 har den finländska musikexportens marknadsvärde årligen ökat med ca 35 %. År 2008 var musikexportens marknadsvärde 25 miljoner EUR.

Ute i världen finns det tusentals finländska artister som har stor betydelse för produktionen och sysselsättningen. T.ex. rock, elektronisk musik, pop och jazz intresserar överallt i världen och den finländska metallmusiken har ett starkt och trovärdigt rykte i synnerhet i Centraleuropa, Sydamerika, Japan och Kina. Försäljningen av verk samt innovativa tillämpningar och tjänster är nya intäktskällor.

Sångtexter av finländska låtskrivare har avancerat till första plats på spellistorna i bl.a. Syd-Korea, Tyskland och Norge och nya tjänsteföretag får fotfäste på flera marknadsområden.

Tilläggsinformation: www.musex.fi

Favex ry grundades i december 2007 och den ordinarie verksamheten startade i augusti 2008 tack vare utvecklingsprogrammet för kulturexport. FAVEX främjar exporten av AV -produktion och -tjänster. Favex arbetar med promotion, marknadsföring och försäljning oberoende av om det gäller television, film eller reklam.

Favexs verksamhet har lett till en ökning i de internationella kontakterna för de nationella organisationerna och för producenterna inom film, television, animation och produktionstjänster (inkl. post production och special effects). Både etablerade och nya företag har sökt kontakter och affärsverksamhet utomlands, deltagit i flera utbildningstillfällen och nätverk, besökt markets och festivaler i större utsträckning än tidigare och med en bredare geografisk spridning. En helt ny generation har trätt fram och den tänker i globala termer.

I de inhemska nätverken har det skett mycket positivt. Branschen var tidigare fragmenterad i flera undersektorer men har nu funnit fram till nya samarbetsformer och gemensamma intressen.

Inom en del av den audiovisuella branschen har det sedan länge varit normalt att utveckla företagsverksamheten. Under utvecklingsprogrammet har producenternas yrkesskicklighet och kompetens vuxit.

Den största förändringen gäller den utländska



Den nakna mannen

finansieringens andel. Förväntningen är att den internationella finansieringen fortsätter att växa. Favex önskar stöda den positiva utvecklingen med långsiktiga och kostnadseffektiva lösningar som skapar synergi. Arbets- och näringsministeriet har med 96 500 EUR stött filmbranschens gemensamma projekt som implementerats av Favex.

Tilläggsinformation: www.favex.fi

Finpros Luovimo-projekt startade hösten 2009 med finansiering från undervisnings- och kulturministeriet och arbets- och näringsministeriet. Genom ett öppet ansökningsförfarande valdes 20 företag från de kulturella och kreativa näringarna. Ansökningsantalet var nästan fyrdubbelt vilket är ett bevis på att det finns en stor efterfrågan på företagstjänster. Luovimo är en del av Finpros utvecklingsstrategi för export och affärsverksamhet med tjänster. Programmet fortsätter till slutet av år 2011 varefter resultaten evalueras och ev. beslut om en fortsättning kan fattas.

Luovimo-projektets mål är att utveckla färdigheter-na att sälja koncept, produkter och tjänster. Projektets fokusbranscher är design, film och tv/av, musik, teater, dans och cirkus samt spel och innehållsproduktion. Finpro samarbetar aktivt med de kreativa branscher-

nas export- och branschorganisationer för att identifiera intressanta koncept och tillväxtmöjligheter som kan förena flera branscher.

Arbets- och näringsministeriet har stött Luovimo-projektet under dess första verksamhetsår (2009-2010) med 200 00 EUR och dess andra år (2010-2011) med samma summa. Undervisnings- och kulturministeriet har stött Luovimo-projektet med 100 000 EUR.

Projektet har utvecklat de deltagande företagens verksamhet och stött deras internationalisering. Vid sidan om stödet till de enskilda företagen har Luovimo fungerat som en plattform för tvärsektoriellt samarbete och för innovations- och utvecklingsverksamheten för produkt- och tjänstekoncept. De deltagande företagens feedback har varit positiv och de upplever att rådgivningen motsvarar deras behov. Projektet har också resulterat i att det bland de deltagande företagen har uppstått gemensamma projekt.

Tilläggsinformation:
www.finpro.fi/fi-FI/Business/Programs/Luovimo/



Negative på världsutställningen

Gemensamma projekt och utbildningsinsatser

Exempel på deltagarnas gemensamma projekt

Världsutställningen i Shanghai

Kulturprogrammet på Shanghai Expo 2010 har hittills varit det största enskilda exportprojektet. Det finansierades av undervisnings- och kulturministeriet och arbets- och näringsministeriet medan utrikesministeriet och Finpro deltog i genomförandet. Utrikesministeriet stödde projektet genom projektavtal, besöksprogram och arbetsinsatser på Finlands generalkonsulat i Shanghai.

Projektets utgångspunkt var en utredning som UKM och ANM på hösten 2008 hade beställt av Tero Saarinen Companys verksamhetsledare Iiris Autio. Utredningen fungerade som en bas för implementeringen. För kulturexporten var det avgörande att finansierarna och Expo-organisationen beslöt att Expo-projektet skulle främja kulturexporten. Ett annat viktigt mål var att genomföra alla Expo-kulturprojekt i samarbete med lokala partners, också utanför Expo.

Målsättningarna var både ambitiösa och viktiga och förutsatte en långsiktig verksamhet samt ett nära samarbete bland de professionella. Därför beslöt de finansierande ministerierna och Expo-projektets ledningsgrupp att anställa en producent för kulturprogrammet redan ett och ett halvt år före Expo.

Ministerierna beslöt att placera producenten på Music Export Finland, som hade erfarenhet av långsiktigt nätverkssamarbete och av att producera exportprojekt som etablerar partnerskap mellan flera professionella aktörer.

Finlands Expo-kulturprogram genomförde mer än 250 finländska kulturevenemang som på ett mångsidigt sätt företrädde flera kulturektorer. Evenemangen spreds också utanför världsutställningen i Shanghai och till andra orter i Kina. Vid sidan om de offentliga evenemangen arrangerades fem Snowball- export- och nätverksseminarier om musik, design, arkitektur och performing arts (teater, dans och cirkus). Seminarierna sammanförde 476 finländska och kinesiska experter.

Utrikesministeriet och Greater Helsinki Promotion organiserade expertbesök för professionella i de kulturella och kreativa näringarna och det bidrog till att

kulturprogrammet lyckades. Under 2009-2010 besöktes Finland av ca trettio kinesiska proffs från kulturområdet och representanter för media.

Det omfattande programmet kunde genomföras eftersom kulturbranscherna betraktades som exportbranscher och projekten genomfördes i nära samarbete med företag verksamma inom kulturexporten. Programmets omfång hade inte varit möjligt utan den privata sektorns investeringar i projektet och i den kinesiska marknaden generellt. De totala kostnaderna för deltagandet i Shanghai var 17 miljoner EUR, varav arbets- och näringsministeriet finansierade ca 70% eller 12,6 milj. EUR. Dessutom investerade ministerierna ca 1,6 milj. EUR i Expo-projektets kulturprogram, de inhemska aktörerna och företagen drygt 600 000 EUR och de kinesiska promotorerna och andra samarbetspartners minst lika mycket.

Världsutställningen, turnéstödet och 2012 World Design Capital skapade konkreta ramar för att utveckla och bereda samarbetsidéer, vilket bidrog till att såväl exportresorna som besöksprogrammen lyckades.

Den största enskilda produktionen var Finlands Dag på Världsutställningen den 27.5.2010. Under dagen uppträdde 24 artistgrupper och mer än 100 artister. Trettio framträdanden arrangerades på utställningsområdet och elva i Shanghai. Samarbetet med lokala aktörer var ett viktigt kriterium för valet av program. Finlands Dag ledde till flera gemensamma projekt, som skapade bestående kontakter mellan konstnärer och organisationer i Shanghai och Finland.

Kulturprogrammet resulterade i omfattande synlighet i medierna, på nätet samt i specialnummer av kulturtidskrifter och -medier etc med fokus på Finland. Kulturprogrammet ledde också till flera konkreta samarbeten och business: skivinspelningar, skivkontrakt, musikvideor, teaterproduktioner, en animationsserie, ett dansverk, turnéer, residensprogram o.dyl.

Finland har nu ett strålande nätverk med centrala aktörer i Kina och speciellt i Shanghai. Den största koncentrationen av finländska organisationer utanför Europa finns i Shanghai och det kompletteras nu med nätverk från kulturområdet. Kontaktnätet erbjuder fina möjligheter för fortsatta åtgärder. Processen kring världsutställningen visade att det finns en efterfrågan på finländska kulturprodukter och kunnande i Kina. För att hålla nätverken aktiva behövs det fortlöpande

åtgärder och satsningarna måste vara tillräckligt långsiktiga.

Tilläggsinformation: www.finlandatexpo2010.fi

TAIVEX är ett ESF- projekt som under åren 2009-2011 producerar ett skräddarsytt exportprogram för producenter, managers, agenter, gallerister och andra förmedlare inom konstområdet. Det exportfrämjande programmet är gemensamt för konstområdena och målsättningen är att öka nätverkssamarbetet bland konstformerna och de professionella inom förmedlaryrkena samt beredskapen att fungera i internationella affärssammanhang. Projektet genomförs som ett samarbete mellan informationscentralerna för teater, dans och cirkus, FILI- Finnish Literature Exchange och Centret för utställningsutbyte FRAME, städerna Helsingfors, Tammerfors och Åbo samt Aalto-universitets handelshögskolas Center för små företag.

Projektets utgångspunkt var de deltagande organisationernas samstämda uppfattning om att de professionella förmedlarna har en nyckelposition i arbetet med att internationalisera den finländska konsten och främja exporten. Genom att bidra till nyckelpersonernas kompetens och färdigheter kan TAIVEX på ett konkret sätt främja den finländska konstens internationalisering.

Det exportfrämjande utbildningsprogrammet är uppdelat i två delar: Centret för små företag har implementerat TAIVEX Senior Manager- utbildningsprogrammet, som kompletteras av utbildningserbjudanden för mindre grupper samt studieresor, som producerats av TAIVEX på basen av deltagarnas önskemål. 70 professionella aktörer genomför hela utbildningsprogrammet. Hittills har totalt 95 studerande deltagit i projektets utbildningssessioner.

Enligt deltagarnas feedback är TAIVEX- programets bästa resultat det nätverk som skapats under utbildningen och studieresorna. Under studieresorna har deltagarna på ett strukturerat sätt bekantat sig med konst- och kulturmarknaden, utvecklat försäljning och marknadsföring på branschmässor samt fått många internationella kontakter. År 2010 arrangerades 10 studieresor med totalt 56 deltagare.

Studieresornas program har förberetts noggrant. För deltagarna har det varit av avgörande betydelse att TAIVEX har beviljat resestöd som täckt 1/3 av



rese- och inkvarteringskostnaderna. Resestödet har varit särdeles viktigt för organisationerna på det s.k. fria konstfältet. TAIVEXs resestöd har i flera fall varit avgörande för att organisationerna har kunnat sända sina medarbetare för att nätverka, delta i mässor och bekanta sig med marknadsanalyser utomlands. Redan nu kan vi se att resorna har lett till konkret nytta för de professionella och deras organisationer. Personliga kontakter och internationella nätverk har visat sig vara nästan lika viktiga för internationaliseringen och exporten som konstverkens och föreställningarnas höga kvalitet. TAIVEXs erfarenheter pekar entydigt på att det är värt att också efter TAIVEX-projektet stöda liknande resor som har som mål att bygga nätverk och ta del av marknadsanalyser.

Tilläggsinformation: www.taivex.fi

HIRAMEKI Design x Finland - ett exportprojekt med design

Design Forum Finland genomförde 29.10-7.11.2010 det omfattande exportprojektet HIRAMEKI Design x Finland i Tokyo, i samarbete med Finlands institut i Japan samt Living Design Center Ozone. Exportprojektet var exceptionellt omfattande och målsättningen var att hjälpa finländska designföretag att etablera sig på den japanska marknaden samt erbjuda finländska designprodukter synlighet i en kontext som är kommersiell, intressant och som poängterar kultur, kvalitet och värderingar.

Projektets beredning inleddes i januari 2009. Undervisnings- och kulturministeriet initierade projektet och var redan från början en viktig finansör. Projektet

fick en positiv kick av de diskussioner som minister Wallin förde under sitt statsbesök i Japan 22-25.4. 2009. Arbets- och näringsministeriet finansierade de deltagande 58 sm-företagens utställnings- och resekostnader med 245 000 EUR. Också utrikesministeriet stödde projektet och dess synliggörande i Japan. Projektet offentliggjordes i maj 2010 på Finlands ambassad i Japan. I samarbete med ambassaden inviterades japanska journalister till en pressresa till Helsingfors i juni 2010. Det omfattande projektet hade både offentliga resurser och företagsresurser. Den offentliga finansieringen gjorde tröskeln lägre för små företag att delta. Den privata finansieringen och företagens motivation konkretiserade projektets målinriktade verksamhet på den japanska marknaden. De samlade resurserna ledde till att projektet lyckades.

Under tio dagar besöktes HIRAMEKI Design x Finland- utställningen av ca 36 000 personer. Projektet väckte också mycket intresse i medierna.

Under utställningsperioden arrangerades också matchmaking-dagar för lokala inköpare, importörer och andra potentiella kunder och partners och för företag och designers som deltog i utställningen. Under matchmaking-dagarna arrangerade konsultföretaget Team CK visningar i utställningen och i dem deltog totalt 46 japanska aktörer. Enligt preliminära intervjuer med de deltagande finländska företagen har en stor del av företagens förväntningar infriats och företagen har i medeltal fått 2-3 viktiga kontakter (JaBuPro 2010-2011 – forskningsprojekt, Aalto-universitetets handelshögskola, 26 intervjuer före och efter projektet).

Tilläggsinformation: www.hiramekidesign.com/

Branschspecifik forskning och statistik

Undervisnings- och kulturministeriets arbetsgrupp med uppdraget att mäta kulturens ekonomiska effekter konstaterar i sin rapport 2006 att kulturpolitiken har en viktig utmaning i att stärka kunskapsbasen om kulturens nationalekonomiska genomslagskraft. Det var arbetsgruppens uppfattning att det bästa sättet att producera kunskap om kulturens nationalekonomiska betydelse är att använda de nationalekonomiska satelliträkenskaperna för att skapa satelliträkenskaper för kulturen och starta ett pilotprojekt.

UKM och Statistikcentralen slöt ett avtal och år 2007 skapades en modell. Modellens tidsserie omfattade åren 1995-2005 och producerade information om kulturbranschernas värdeökning, avkastning, sysselsättning, import och export samt om konsumtionen. Statistikcentralen och UKM har utvecklat räkenskaperna bl.a. genom en sk. regional satellit, som ger information om kulturbranschernas avkastning, värdeökning och sysselsättning per landskap. Räkenskapernas tidsserie har årligen förlängts och omfattar nu år 2008.

Finland är den första medlemsstaten i OECD som har skapat separata satelliträkenskaper för kultur. Spaniens satelliträkenskaper för kultur togs i bruk i slutet av år 2009. Motsvarande system har också utvecklats i Latinamerika.

Satelliträkenskapernas viktigaste mervärde kommer av att de grundar sig på nationalekonomins räkenskaper, som är den mest allmänna och pålitliga metoden för att följa upp den nationalekonomiska utvecklingen. Satelliträkenskaperna kan producera tidsserier och ge en helhetsbild av ett fragmenterat område, vilket inte är möjligt genom enstaka utredningar om kulturekonomin.

Satelliträkenskaperna visar att kulturen har en betydelsefull roll i Finlands nationalekonomi. Trots att kulturens relativa betydelse inte har ökat under granskningsperioden har kulturbranschen ändå vuxit absolut. T.ex. har kulturbranschernas avkastning och värdeökning vuxit med nästan 70% under åren 1995 - 2008 och sysselsättningen har ökat med mer än 30%. Dessutom har de privata konsumtionsutgifterna för kultur nästan fördubblats.

Statistik från informationscentralerna för konst

Under kulturexportprogrammet har informationscentralerna utvecklat sina metoder för att samla statistik så att man nu kan mäta kulturexporten och -utbytet. För konstområdena är det ingen lätt uppgift att utveckla statistik som möjliggör jämförelser mellan konstområdena. Informationscentralerna har noterat bristerna i statistiken om den internationella verksamheten och bristerna åtgärdas systematiskt.

FILI – Informationscentralen för Finlands litteratur har i samarbete med SKS/Finska Litteratursällskapet bibliotek sedan 1980-talet samlat information om översättningar av finländsk litteratur i en öppen elektronisk databas. www.finlit.fi/fili

Databasen har översättningar fr.o.m. 1853 och är den mest omfattande databasen med översättningar av litteratur från Finland.

Databasen har numera uppgifter om monografier som publicerats utomlands. Enstaka översättningar av dikter, noveller och textfragment som publicerats i antologier och litterära tidskrifter samlas in senare i en separat databas som upprätthålles av Finlands nationalbibliotek. Informationscentralen för teater i Finland upprätthåller en databas med översättningar av skådespel.

Teaterbranschens statistik täcker mer än sextio år (Suomen Teatterijärjestöjen Keskusliitto ry, Centralförbundet för Finlands teaterorganisationer rf). Sedan 1985 har organisationen årligen givit ut publikationen Teatteritilastot (Teaterstatistik). Sedan 1995 har uppdraget skötts av Informationscentralen för teater. Statistiken ger information om statsandelsteatrarna (tal- och dansteatrar) samt om Finlands Nationalteater och Finlands Nationalopera. Statistiken omfattar teatrarnas ekonomiska statistik, personalstatistik, föreställnings- och publikstatistik (inkl. turnéföreställningar) samt repertoarstatistik. Dessutom görs det statistik över gästspel utomlands och över utländska teatrar gästspel i Finland. För de teatrar som inte omfattas av finansieringslagen insamlas statistik om intäkter, personal, föreställningsantal och publik samt repertoar och uruppföranden. Statistiken omfattar också gästspel utomlands.

Informationscentralen för cirkus har samlat sta-

tistik sedan år 2006. Statistiken beskriver antalet föreställningar och publikmängd från föregående år och gäller både traditionell cirkus och nycirkus. En separat statistik sammanställs med data om nysirkusgruppernas föreställningar utomlands. Det finns planer på att utveckla statistiken så att man också skulle få fram ekonomiska nyckeltal.

Informationscentralen för dans leder ett utvecklingsprojekt som involverar de andra informationscentralerna för scenkonst (teater, cirkus och performance). Målet är att bredda statistiken och informationsinsamlingen så att den inte enbart gäller föreställningsverksamheten utan också annan konstbaserad verksamhet. Målsättningen är att skapa jämförbara nyckeltal, som kan tillgodose konstfältets, branschens och finansierarnas behov och som skulle göra det möjligt att också granska branschens genomslagskraft och ekonomiska volym. Nuvarande ekonomiska nyckeltal kan inte beskriva branschens verksamhet, effekt och värdeök-

ning. Dessutom saknar branschen indikatorer och bedömningskriterier med vilka man kunde bedöma även annan genomslagskraft än den som kan uttryckas i siffror.

Informationscentralen för musik, Fimic ry, har hittills inte samlat statistik om den finländska musikbranschen. Inom musikbranschen finns det flera intresse- och andra organisationer, som årligen samlar statistik från sina resp. sektorer. Sådana organisationer är bl.a. de upphovsrättsliga organisationerna, Finlands symfoniorkestrar rf, utbildningsbranschens organisationer (Förbundet för Finlands musikleäroanstalter, Finlands Konservatorier) och Musikproducenterna – IPFI Finland rf. Dessutom producerar Music Export Finland årligen en utredning över musikexportens marknadsvärde.

Nyckeltal för Finlands kulturexport och -utbyte	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Film, icke-kommersiella visningar utomlands *		600	500	700	689	689
Internationella filmpris			70	55	60	60
Litteratur: översatta fin- ländska böcker	186	217	191	185	213	215
Bildkonst: internationella projekt	139	149	176	172	185	130
Teater: gästspel och pub- likmängd utomlands	93 / 12 504	140 / 15 860	155 / 21 275	167 / 16 646	151 / 15 844	185 / 25 389
Cirkus: publikmängd utomlands		10 109	14 375	40 577	21 861**	52 427
Musik: musikexportens marknadsvärde (1 000 €)	21 693	28 893	26 227	19 817	23 324	32 092
Symfoniorkestrarnas konserter/publikmängd utomlands		67 / 66 378	50 / 45 327	57 / 69 464	60 / 58 958	51 / 54 084
Dans: föreställningar/ publikmängd utomlands	157 / 48 284	171 / 90 288	214 / 85 964	215 / 137 784	235 / 75 828	172 / 44 608***
Spelindustrin: Företagens omsättning från utlandet (milj. euro)	32	53,3	-	66,3	75	77
Museer: utställningar utomlands			31	27	40	50

* Siffrorna gäller visningar och pris för filmer som ingår i den kulturexport som sköts av Finlands filmstiftelse.

** Nedgången i publikmängden berodde på att en central cirkuskonstnär var moderskapsledig

***Nyckeltalen för dans har stora årliga variationer pga förändringar i ett par grupper. Den internationella ekonomins ansträngda läge har drabbat dansgrupperna och de internationella mottagarna har färre resurser, vilket har lett till att behovet av inhemsk finansiering har ökat. Pga bristande inhemsk finansiering har gästspel utomlands inte kunnat genomföras.

Utvecklingen av stödnätverket för kulturexport

Idén om ett stödnätverk för kulturexporten föddes redan före det aktuella utvecklingsprogrammet ur behovet att intensifiera samarbetet och koordineringen mellan kulturbranschen och de exportfrämjande aktörerna. Stödnätverkets medlemmar är alla aktörer som i Finland och utomlands främjar kulturexporten såsom informationscentralerna för konst, konst- och kulturorganisationerna, ambassaderna, kultur- och vetenskapsinstituten, Centralkommissionen för konst och andra aktörer inom konst och kultur, CIMO (Centre for International Mobility), MEK (Centralen för turistfrämjande), Tekes (Utvecklingscentralen för teknologi och innovationer) och Finpro.

Centrala aktörer i stödnätverket är informationscentralerna för konst, som JAVISST!- rapporten definierade som strategiska partners för exportprogrammet. I början av programmet implementerade informationscentralerna sina egna branschspecifika strategier. Strategierna definierade åtgärder och behovet av tilläggsresurser. För att förbättra förutsättningarna för kulturexporten ökade UKM informationscentralernas verksamhetsbidrag med 33 % från år 2008 till 2010, från 2 279 000 EUR till 3 420 000 EUR. Dessutom beviljade UKM informationscentralerna ett separat stöd för deras exportprojekt, se tabell på sida 20. Samtidigt har informationscentralerna breddat finansieringsbasen för sina projekt och dragit nytta av exportnätverken. Ytterligare upplysningar om informationscentralernas exportstrategier samt implementering finns på www.kulttuurivienti.fi.

Stödnätverkets samarbete utvecklades som ett resultat av direkta kontakter. Att planera och genomföra gemensamma projekt tillsammans med utländska och inhemska aktörer har visat sig vara det bästa sättet att effektivisera nätverkets verksamhet. Nätverkets verksamhet intensifierades också genom ministeriernas gemensamma ledning. Ett bra exempel är utvecklingen av ambassadernas och kulturinstitutens samarbete, som enligt en utredning år 2007 var mycket anspråkslöst. Ett tätare samarbete var en förutsättning för att lyckas med kulturexporten.

Utrikesministeriet och undervisnings- och kulturministeriet har sedan år 2007 i ett gemensamt brev till

instituten och beskickningarna uppmanat dem att intensifiera sitt samarbete och också upprätta ett samarbetsavtal. År 2010 rapporterade beskickningarna och instituten tillsammans till ministerierna om den föregående verksamhetsperiodens samarbetsplaner och implementering, och ministerierna gav gemensam feedback på samarbetet. Både instituten och ambassaderna har konstaterat att samarbetsavtalen har lett till ett regelbundet samarbete och konkreta resultat.

Det första steget i stödnätverkets verksamhet var att förbättra kommunikationen mellan parterna. För ändamålet skapades år 2007 en hemsida www.kulttuurivienti.fi. Avsikten var att koordinera stödnätverkets projekt utomlands och samla dem i en gemensam databas. Aktörerna ansåg att det gemensamma informationsnätverket var alltför arbetsdrygt och toppstyrt. Databasen utvecklades i stället till en fungerande informationskanal för kulturexporten. Hemsidan upprätthålles av kultur- och vetenskapsinstituten i samarbete med UKMs konstenhet.

Hemsidan informerar om aktuella nyheter inom kulturexporten och fungerar som en ankarplats för UKMs projektinformation. Hemsidan har information om bl.a. kulturturism, större evenemang, sysselsättningsprojektet för unga professionella och utvecklingsprojektet för kulturexport. Sidorna utvecklas så att de ska tjäna stödnätverkets informationsbehov även i framtiden. Speciellt viktigt är att exportstatistiken görs tillgänglig och att sidorna informerar om finansieringsmöjligheter.

Exempel på samarbetet inom stödnätverket

Samarbetet inom stödnätverket intensifierades år 2010 då **sysselsättningsprojektet för unga professionella inom konst och kultur** inleddes. Statens första tilläggsbudget år 2010 anvisade totalt 11,5 milj. EUR av tipsvinstmedlen för att främja sysselsättningen bland unga. 1,5 milj. EUR användes för internationaliserings- och sysselsättningsprojektet för unga professionella inom konst och kultur.

Projektet administreras av Finlands kultur- och vetenskapsinstitut, som för ändamålet har anställt en projektkoordinator på deltid. Projektet sysselsätter unga professionella inom konst och kultur bl.a. på informationscentralerna för konst och på Finlands

kultur- och vetenskapsinstitut runtom i världen samt hos deras samarbetspartners. Projektet löper ett och halvt år och sysselsätter ca 70 unga under 35 år. Samtidigt utvecklar projektet arbetsgivarnas samarbete för att främja kulturexporten och de sysselsatta unga professionella får nya nätverk utomlands.

De första erfarenheterna pekar på att projektet kommer att nå sina målsättningar. Hittills har de sysselsatta varit antingen arbetslösa unga professionella eller unga professionella som hotas av arbetslöshet. Sysselsättningsprocessen framskrider i tre ansökningsomgångar och de två första arrangerades 2010. Arbetsplatserna söktes av 700 personer och 67 fick en plats. Efter de två första omgångarna har statsbidraget till arbetsgivaren i medeltal varit 22 435 EUR och arbetsförhållandets längd 8,75 månader. Ett av projektets mål är att de sysselsatta ska få bättre förutsättningar att på arbetsmarknaden få jobb som motsvarar deras utbildning och yrke.

Tilläggsinformation: www.kulttuurivienti.fi

Generalkonsulatet i New York och Finlands kulturinstitut i New York har i samarbete främjat kännedomen om visuell konst i USA. Samarbetet har fokuserat på design och arkitektur som främjades med större projekt som PLAYFUL - New Finnish Design, ett exportprojekt som arrangerades i samband med New York Design Week och en turnerande utställning om Eero Saarins arkitektur med titeln Eero Saarinen: Shaping the Future.

Samarbetsdokumentet mellan generalkonsulatet och institutet definierar samarbetet som konkreta projekt och fortlöpande kontakter kring all planering och kommunikation. Samarbetets övergripande mål är att stöda den finländska kulturens synlighet, främja kännedomen om den finländska kompetensen inom arkitektur och design samt att i USA skapa nya affärsmöjligheter för kulturella och kreativa näringar från Finland. Projektplaneringen har beaktat målen för Finlands offentlighetsdiplomati i USA.

Samarbetet mellan beskickningen och institutet har fungerat effektivt och smidigt. De fleråriga projekten har klargjort samarbetet och arbetsfördelningen. Det har inte förekommit några överlappande verksamheter och projekten har genomförts på ett mycket kost-

nadseffektivt sätt. Kring de stora projekten har kontakterna varit dagliga och kommunikationen öppen.

Beskickningens bidrag till projekten har handlat om att främja varumärket Finland och kommersiell verksamhet, medan institutet har bidragit med en stark sakkunnighet om den visuella konstens områden samt praktisk erfarenhet av att producera utställningar. Institutets självständiga verksamhet som en lokal, allmännyttig organisation gör det möjligt att producera stora projekt på ett smidigt sätt, bl.a. när det gäller betalningar.

Finpros satsade på förberedelserna för Designmånaden 2009, som koordinerades av **Finlands kulturinstitut i Madrid**. Finpros kontor i Madrid deltog aktivt i planeringen och bidrog till att företagssektorn kom med i projektet. Målet var att presentera det finländska företagskunnandet som processer.

Efter Designmånaden kontaktade Finpro i Madrid de deltagande finländska företagen för att sammanställa en rapport om företagens exportfrämjande åtgärder. Finpro har assisterat institutet och nio av landets universitet i att skapa en pan-europeisk akademisk examen i "intercultural competence" (EDICC) och främjat företagarperspektivet i utbildningsprogrammet.

Finpro och Finlands ambassad i Madrid är dessutom med i utvecklingen av ett projekt med turnerande audiovisuella utställningar med fokus på företags-tillämpningar. Finpro, ambassaden och institutet planerar ett exportprojekt för att sprida den finländska utbildningskompetensen till iberoamerikanska länder.

Kulturinstitutet och Finpro står i daglig kontakt med varandra. Institutets direktör, ambassadören och Finpros direktör möts åtminstone en gång i månaden för att tillsammans utveckla nya exportprojekt.

Stödsystemet för konst och kultur

Statsbudgetens anslag för konst och kultur har från år 2007 till år 2011 ökat med totalt 70 miljoner EUR (ca 20%). Tack vare de ökade anslagen har man kunnat stöda alla konstområden samt flera kulturpolitiska delområden. De höjda anslagen pekar på att konstens samhälleliga betydelse har ökat och att de kulturella och kreativa näringarna utvecklas.

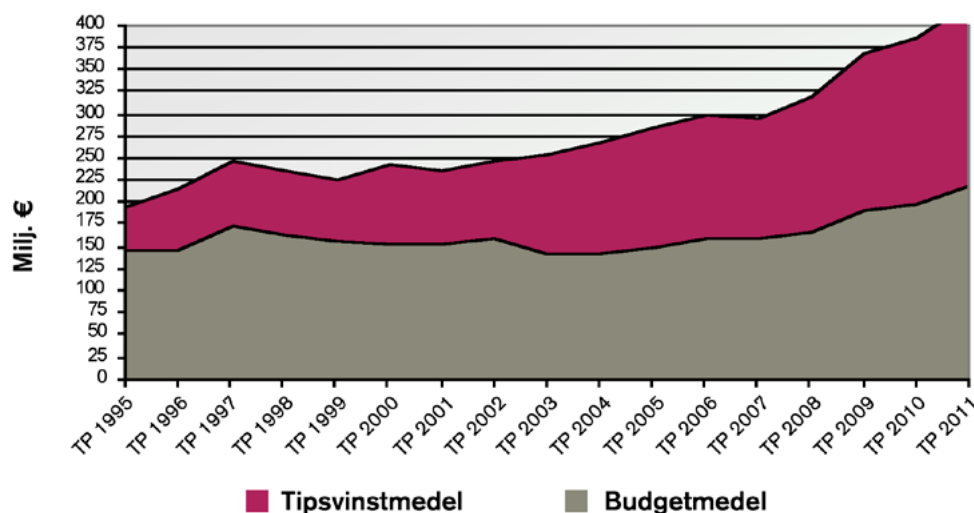
De statliga och kommunala understöden till konst- och kulturutbildningen och kulturinstitutionerna samt det statliga konstnärstödet säkrar den finländska kulturens grundförutsättningar och utveckling. Förutsättningarna för kreativt arbete och produktionen av kulturprodukter och -tjänster är alltså på plats och har gjort det möjligt att även sträva efter internationell efterfrågan och framgång.

I det följande beskrivs hur grundfinansieringen har gjort det möjligt för två sinsemellan mycket olika branscher att internationalisera sina verksamheter. Exempelen gäller cirkus och film.

Den finländska cirkuskonstens internationella genombrott skedde samtidigt med att branschens of-

fentliga stöd ökades och cirkuskonstens exportprojekt inleddes. I praktiken startade allt från noll. Rapporten *Har kulturen åtgång som exportvara?* år 2004 konstaterade cirkusens höga konstnärliga nivå och dess slumpartade och bristfälliga resurser. Rapporten rekommenderade att branschens strukturer skulle utvecklas och att branschen skulle få tillgång till understöd.

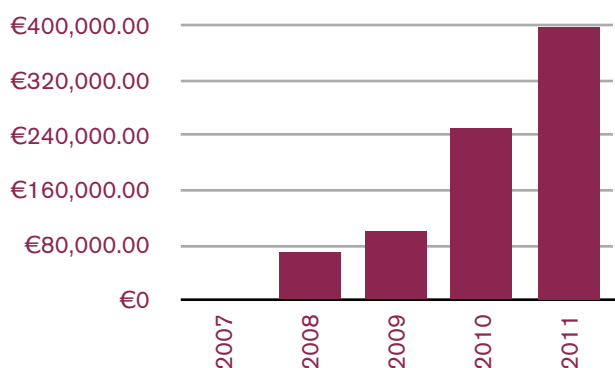
Cirkuskonsten har utvecklats mot professionell och institutionell status under de senaste fem åren. Branschens samlande organisationer är ännu unga. De första konstnärliga grupperna grundades på 1990-talet. Cirko – Centralen för nycirkus startade år 2004 och Informationscentralen för Cirkus grundades på sommaren 2006.





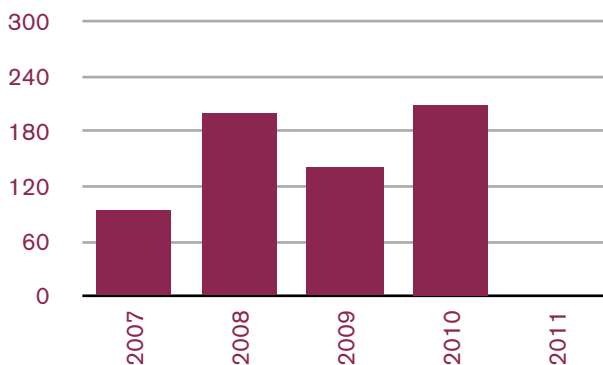
Ilona Jäntti: Muualla/ Annanstans, foto Chiara Contrino

Ökningen i verksamhetsbidrag till nycirkusgrupper 2007-2011:



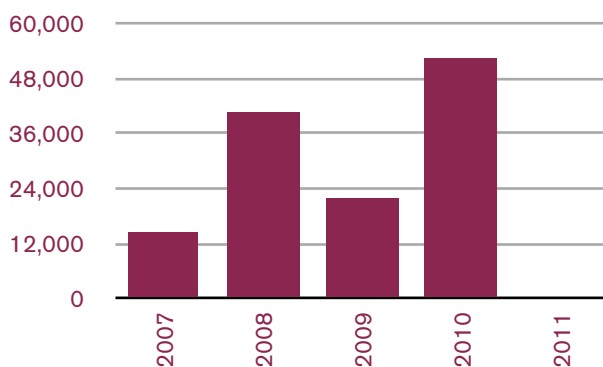
Nycirkusgruppernas föreställningar utomlands:

Föreställningar:



Branschens grundfinansiering har blivit betydligt bättre samtidigt som dess centrala exportorganisation Informationscentralen för cirkus fick ökade resurser. Det ökade stödet har lett till fler internationella gästspel. När verksamheten breddas ökas trycket på grundfinansieringen: unga professionella konstnärer bildar egna grupper och både det inhemska och utländska marknadsområdet växer årligen.

Publik:



Antalet föreställningar utomlands har sedan år 2006 fördubblats och publikmängden har fyrdubblats. Ökningen är ett resultat av den höga konstnärliga nivån, produktionskompetensen, nätverken och av en dynamisk helhetsutveckling. Cirkuskonstnärernas skicklighet kunde skönjas redan år 2004 och nu har de fått träda fram i rampljuset, branschen har breddats och nivån har höjts.

För att stärka **filmen och den audiovisuella kulturen** har stödet höjts med nästan 68% (12 miljoner EUR), vilket är mer än någonsin tidigare. Ökningen har stärkt den inhemska filmens mångsidighet och kvalitet. Spelfilmernas budget har ökat med ca 100 000 EUR/film och man har kunnat öka antalet inspelningsdagar.

Produktions- och distributionsstödet till finländska filmer har sedan 2007 vuxit från 13,9 milj. EUR till 21,1, milj. EUR år 2010. Under motsvarande tid har de finländska filmernas publikandel i biograferna ökat från 20% till 27%. Satsningen på den inhemska produktionen syns inte endast i hemlandet. Den har också påverkat produktionernas internationella dimensioner och bidragit till ökad kulturexport. År 2007 hade 13 spelfilmer premiär och tre av dem var internationella samproduktioner. År 2010 hade 21 inhemska filmer premiär och av dem hade fem också internationell finansiering och utländska samproducenter.

Produktionsstödet för dokumentärfilmer har under samma period nästan fördubblats. Dokumentärfilmernas antal har inte vuxit: år 2007 blev 23 dokumentärer färdiga och 24 dokumentärer år 2010. År 2007

var två filmer samproduktioner, år 2010 fem. Samproduktionernas antal är ett tecken på att det ökade stödet har gjort det möjligt att föra utvecklingsarbetet längre. Det i sin tur har lett till att allt fler internationella finansiärer och utländska samarbetspartners har visat intresse för projekten.

En breddad internationell bas garanterar att filmen distribueras också utanför Finland. Rare Exports producerad av Cinet Oy i regi av Jalmari Helander och Napapiirin sankarit (Lapland Odyssey) producerad av Helsinki Film i regi av Dome Karukoski kan fungera som exempel. Rare Exports inledde sitt internationella segertåg på den internationella filmfestivalen i Locarno där filmen vann det prestigefyllda Variety-priset. Filmen har fått biografdistribution i USA, Tyskland, Storbritannien och Australien. Lapland Odyssey i sin tur distribuerades med 150 kopior i Frankrike i början av 2011. Det ökade stödet har också gjort det möjligt att utveckla sådana genrer som får genklang hos en internationell publik. Rare Exports och Lapland Odyssey är bra exempel på detta.

Nu finns det också möjligheter att finslipa uttrycksformerna. T.ex. möjlighet intresserar inte längre endast den inhemska publiken utan också en bred publik utomlands. Joonas Berghälls och Mika Hotakainens film *Miesten vuoro* (Den nakna mannen) gjorde historia när den nominerades som Finlands bidrag till Oscartävlingen. Den finländska juryn har aldrig tidigare nominerat en dokumentärfilm. Under 2010 visades *Den nakna mannen* på 35 festivaler och fick åtta internationella pris. Filmens försäljning sköts av Film Transit som har kontor i Montréal och New York.



Viikko ennen vappua / En vecka före 1 Maj, en kortfilm från år 2009

Förslag till riktlinjer för kulturexporten för regeringsperioden 2011-2015

Vision

Flera av statsrådets och ministeriernas planeringsdokument och program har målsättningar som direkt eller indirekt har ett samband med kulturexporten. Sådana dokument är t. ex. statsrådets nationella program för Europa 2020-strategin, Statsrådets redogörelse om kulturens framtid, den rapport som lämnades av kulturministeriets och arbets- och näringsministeriets framtidsgrupp för kreativ ekonomi och kultur, undervisnings- och kulturministeriets Kulturpolitiska strategi 2020 samt den slutrapport som Delegationen för varumärket Finland lämnade till utrikesministeriet.

Det nationella verksamhetsprogrammet för Europa 2020-strategin analyserar förutsättningarna för tillväxt och sysselsättning och pekar på produktionsstrukturens ensidighet och koncentration och konstaterar följande om de kulturella och kreativa näringarna, kulturföretagsamheten och -exporten: *Förutsättningarna för de kulturella och kreativa näringarna och branschens sysselsättning förbättras med utvecklingsprogrammet 2007-2013 för tillväxt och internationalisering i de kreativa branscherna samt genom åtgärderna i Strategin för kreativ ekonomi. Vidare förbättras företagstjänsterna för de kreativa näringarna och nya företags- och finansieringsformer befrämjas. Utvecklingen av företagets branschöverskridande nätverk främjas. Branschens möjligheter beaktas också i innovations-, företags- och sysselsättningspolitiken genom att stärka ministeriernas samarbete. Kulturexporten utvecklas och kulturstödet reformeras så att stödformerna blir flexibla och stimulerande.*

Statsrådets redogörelse om kulturens framtid konstaterar bl.a.: *Varuproduktionen har flyttat till lågprisländerna. För att upprätthålla de utvecklade ländernas konkurrenskraft måste man satsa på kompetens, innovation och tjänsteproduktion. Kultur- och upplevelseindustrin stärks av att den västerländska konsumtionen alltmer orienterar sig mot immateriell konsumtion. Det måste ske en utveckling av förutsättningarna för kulturella och kreativa näringar och kulturexport, produkt- och konceptutveckling och produktifiering av kulturinnehåll, marknadsföring och affärsverksamhet. Det behövs gemensamma strukturer som t.ex. managers för att främja yrkesutövarnas och småföretagarnas marknadsförings- och businesskompetens.*

Riksdagens kulturutskott konstaterar i sitt utlåtande om redogörelsen bl.a. följande: *Kulturen har en viktig roll för kreativiteten och innovationsförmågan och fungerar som bas för de kreativa näringarna. Politiken för kulturella och kreativa näringar har ett nära samband med den allmänna närings- och sysselsättningspolitiken. De kreativa branscherna har en mycket omfattande nationalekonomisk potential. Den globala marknaden för fritidsprodukter och -tjänster erbjuder reella möjligheter att diversifiera Finlands närings- och exportstruktur genom att utveckla kultur- och tjänsteproduktionen. Om kulturexporten konstaterar utskottet: "... inom kulturexporten bör man satsa på långsiktiga politikprogram och åtgärder som främjar förutsättningarna för kulturexporten. Det är viktigt att i synnerhet stöda kulturexportbranschernas produkt- och konceptutveckling, businesskompetens och marknadsföring."*

Framtidsgruppen för kreativ ekonomi och kultur föreslår en process som skulle leda till att Finland får ett nytt system som förbättrar förutsättningarna för den kreativa ekonomin och för de kulturella och kreativa näringarna. Under processen förenklas de invecklade företagstjänsterna som stegvis ersätts med en modell som har två aktörer:

- **UNO Action** genererar finansiering för de kreativa näringarna, förenklar företagstjänsterna och strukturerna samt gör pilotprojekt med nya verksamhetsmodeller inom området för ekonomi och kultur
- Inom ministerierna och mellan dem fungerar **UNO Policy**, som säkrar den strategiska ledningen och koordinationen. Uno Policy ersätter tidigare projektbaserade strukturer och deltar i ett modigt reformarbete.

Enligt undervisnings- och kulturministeriets kulturpolitiska strategi 2020 är den kulturpolitiska visionen för kultur och ekonomi följande: *Kulturens nationalekonomiska betydelse har ökat. Finansieringsformerna för produktion, distribution, marknadsföring och försäljning har breddats och förmågan att utnyttja dem har förbättrats bland kulturbranschens företag och andra aktörer. De professionellt starka och mångsidiga kulturbranscherna fungerar på en sund ekonomisk bas och stärker den kreativa ekonomin. Upphovsrätten producerar mervärde och dess betydelse för nationalekonomin är stor. Upphovsrätten är till nytta för hela näringskedjan i kulturproduktionen och producerar ekonomisk nytta för upphovsmännen, konstnärerna, producenterna, förläggarna och andra rättsinnehavare och distributörer. Kulturföretagsambeten och -exporten har befäst sina positioner som en del av kulturproduktionen och -ekonomin. Finland är en intressant miljö också för utländska kulturaktörer.*

Om strategins internationella aktiviteter konstateras bl.a.: *I det internationella kultursamarbetet är kulturaktörernas direkta samarbete viktigare än formella avtal och program.*

Utrikesministeriets delegation för varumärket Finland konstaterar i sin slutrapport: *"Delegationen ville närma sig världens problem med fokus på lösningar och därför kan t.ex. kultur och ekonomi inte kan betraktas som skilda områden. I stället är de kopplade till samma teman. Om vi ska kunna dra nytta av våra starka sidor måste hela Finland ställa sina mål tillräckligt högt och samarbeta för att nå målen (....) Målet är att år 2030 skall Finland, de finländska företagen och finländarna kännetecknas av förmågan att anta utmaningar, hur underliga de än må vara, för vi är som bäst när situationen verkar omöjlig... Consider it solved! Vi kan utveckla Finlandsbilden på det enda rätta sättet: genom att förbättra världen gör vi också Finland till ett bättre land att leva och arbeta i."*

Mål

Beredningsgruppen för kulturexport har i sitt interna arbete kommit fram till samma mål som citerades ovan. Beredningsgruppens förslag preciserar målsättningarna och innehåller konkreta åtgärdsförslag för att nå dem. Med åtgärdsförslagen siktar beredningsgruppen på att följande förutsättningar (målsättningar) för kulturexporten skall föreligga:

- statskoncernens interna vision för att främja kulturexporten har stärkts efter att statsrådets principbeslut om kulturexporten implementerades, det strategiska och praktiska samarbetet mellan ministerierna och mellan ministerierna och de

kreativa näringarna har ytterligare fördjupats, och de regionala aktörernas samarbete för att främja kulturexporten har intensifierats.

- åtgärderna för kulturexporten och implementeringen av det nationella verksamhetsprogrammet för Europa 2020-strategin har bidragit till att Finlands produktions- och exportstruktur har blivit mångsidigare och till att andelen av finländska produkter och tjänster har ökat på den internationella marknaden för kulturella och kreativa varor och tjänster
- den kulturella produktionens förädlingsvärde och kulturens nationalekonomiska betydelse har ökat och kulturens och de kreativa näringarnas och aktörernas position i värdekedjan har stärkts genom att utveckla förmedlarstrukturen och rättighetsförvaltningen
- ute i världen känner man allt bättre till Finland och Finlands kulturella och kreativa näringar. Kulturrens roll i varumärket Finland har stärkts. Starka spjutspetsprojekt öppnar nya möjligheter för kulturexporten
- de offentliga åtgärderna, inklusive finansieringsformerna för företagen, är flexibla och motsvarar företagens och aktörernas behov på bästa möjliga sätt.

Åtgärder

1) För den kreativa ekonomin och de kreativa näringarna inrättas en utvecklingsaktör och en struktur för ministeriernas koordinering på basen av det förslag som Framtidsgruppen för kreativ ekonomi och kultur lämnade.

2) För att säkra ovan beskrivna målsättningar fattar statsrådet ett principbeslut om att utveckla kulturexporten.

3) Fortsatt utveckling av åtgärder och finansieringsformer för kulturexporten i syfte att lindra och avlägsna praktiska och strukturella hinder som identifierats i denna rapport:

Åtgärder	Implementerade åtgärder / <i>arbetsgruppens åtgärdsförslag</i>
- åtgärderna för att främja kulturexporten breddas så att de motsvarar företagens och aktörernas behov för produktutveckling, produktifiering, marknadsföring och branding.	- UKM:s spjutspetsstöd för kulturexport 2006- - UKM:s stöd för projektutveckling för kulturexport 2009- - ANM:s och UKM:s finansiering för Finpros Luovimo-projekt /internationaliseringsprogrammet för kreativa näringar 2010-2011 - Tekes program, bl.a. programmet för Fritidstjänster 2006-2012
- riktade åtgärder för att utveckla förmedlarstrukturen och verksamheten med kulturtjänster	- Brobygggar-projektet 2009-2001, ett utvecklingsprogram för tillväxt och internationalisering för de kreativa näringarna - UKM:s projekt för att sysselsätta unga professionella i förmedlarverksamheterna inom konst- och kulturbranschen
- stöda möjligheterna för de finländska upphovsrättsliga innehavarna att behålla rättigheterna till sina produkter	- <i>kapital- och andra investeringar i företag och/eller produkter för att rättigheterna inte skall överlåtas mot att t.ex. få distributionsavtal o.dyl.</i>
- förberedelser för perioden 2014-2020 i EU:s strukturfonder samt arbete för att öka den internationella dimensionen i EU:s program och koherensen mellan EU:s politikprogram	- <i>målet är ett utvecklingsprogram för kulturexporten och de kreativa näringarna under nästa period i strukturfonden</i> - <i>starkare kopplingar till programmen för sysselsättning, innovationspolitik och företagsutveckling samt till de regionala programmen</i> - <i>grunda fonder för kulturella och kreativa näringar med medel från strukturfonderna</i>
- produktutvecklingen och produktifieringen för kulturturismen fortsätter enligt verksamhetsprogrammet 2009-2013	- UKM:s stöd för produktifiering för kulturturismen 2009-

4) Exportprojektens genomslagskraft och deras möjligheter att komma ut på marknaderna ökas genom att förbättra förutsättningarna för branschens exportverksamhet samt genom att uppmuntra företag och aktörer till ett omfattande samarbete:

Åtgärder	Implementerade åtgärder / <i>arbetsgruppens åtgärdsförslag</i>
- särskilt stöd till företag och aktörer för koordinerat deltagande i viktiga marknadsförings- och försäljningsevenemang samt ökat turnéstöd	- ANM:s bidrag för gemensamma exportprojekt - Finlands kulturprogram på världsutställningen i Shanghai 2010 - <i>kulturministeriets exportfrämjande resor</i> - UKM:s stöd för utgivning, turnéer och show cases som delegerats till Musex - UKM:s projekt för teaterexport på Edinburgh Fringe Festival 2010-2013
- utnyttja stora internationella evenemang och utveckla samarbetet mellan ministerier, städer och branscher med målet att Finland får fungera som värdland för stora evenemang samt delta i stora evenemang utomlands	- Helsinki World Design Capital 2012 - Finland är temaland år 2014 på bokmässan i Frankfurt - föravtal mellan staten och kommunerna i Helsingforsområdet för att stärka metropolområdets konkurrenskraft
- ökat stöd för att främja kulturaktörernas internationella mobilitet och nätverksbyggande samt deras möjligheter att komma ut på marknaden	- bidragen till kultursamarbetet överförs från UKM till Centralkommissionen för konst. - <i>ett stödsystem för internationellt samarbete som skulle beakta relationen mellan insats och resultat</i>
- stärka exportfrämjandet och -kompetensen och samarbetet bland informationscentralerna för konst, Finlands kulturinstitut utomlands, branschorganisationerna och beskickningarna	- UKM:s riktade stöd till informationscentralerna och kulturinstituten för deras exportprojekt - TAIVEX- projektet 2009-2011, ett utvecklingsprogram för internationalisering för kulturella och kreativa näringar. -UKM:s projekt för att satsa unga professionella inom kultur
- stärka kulturens och de kreativa näringarnas position i EU- samarbetet, i det nordiska samarbetet och i samarbetet med närområdena samt i den nordliga dimensionens kulturpartnerskap.	- i det internationella samarbetet och i EU arbetar Finland aktivt för att främja de kulturella och kreativa näringarna och kulturexporten

5) Utveckling av beskattningen och lagstiftningen för att stärka hemmamarknaderna.

Ovan beskrivna åtgärder konkretiseras i ministeriernas normala budgetberedning och i ministeriernas koordineringsorgan. För att leda ovan beskrivna beslutsfattning inom statskoncernen bereds ett Statsrådets principbeslut om att utveckla kulturexporten.

Struktur

Beredningsgruppen föreslår följande struktur för att främja kulturexporten: Den politiska ledningen för kulturexporten grundar sig på Statsrådets principbeslut om att utveckla kulturexporten.

Implementeringen av principbeslutet styrs av ett interministeriellt koordineringsorgan. Koordineringsorganet består av en ministerstyrd ledningsgrupp för kreativ ekonomi och kulturexport samt av ett expertorgan som består av tjänstemän med ansvar för kulturexportärenden och representanter för branschorganisationerna och företagen. Expertorganets uppdrag är att leda och koordinera utvecklingen av den kreativa ekonomin, kulturexporten och de kulturella och kreativa näringarna. I mån av möjlighet kan expertorganet ersätta de många nuvarande projektbaserade arbetsgrupperna och organen.

Strukturen för kulturexporten utvecklas som en integrerad del av export- och handelsfrämjandet med beaktande av kulturprodukternas och -tjänsternas särdrag.

Interaktionen mellan undervisnings- och kulturministeriet och kulturbranscherna effektiveras genom att regelbundet arrangera samlingsmöten (1- 2 ggr/år) för ministeriet, branschorganisationerna, företagen och aktörerna. Mötena kan fungera som en plattform för dialog, konsultationer och feedback kring arbetet med att utveckla kulturexporten. Växelverkan och dialog med andra ministerier som främjar kulturexporten är också en naturlig del av utvecklingsarbetet.

Utkommit år 2011 i serien undervisningsministeriets publikationer

- 1 Toiminta- ja taloussuunnitelma 2012–2015
- 2 Tutkimuksen tuottavuuden kehitys Suomen yliopistoissa
- 3 Valtion liikuntaneuvoston arvioinnit 2010
- 4 Tieto käyttöön. Tiekartta tutkimuksen sähköisten tietoaineistojen hyödyntämiseksi
- 5 Report on Cultural Exports 2008
- 6 Terveyttä edistävä liikunta kunnissa; Perusraportti 2010
- 7 Kvalitetsrekommendation för de allmänna biblioteken
- 8 Valtioneuvoston selonteko kulttuurin tulevaisuudesta/Statsrådets redogörelse om kulturens framtid
- 9 Opetustoimen henkilöstökoulutus osaamisen voimavarana.
Muistio opetustoimen henkilöstökoulutuksen hyviin käytänteisiin ja kehittämistoimiin
- 10 Korkeakoulut 2010
- 12 Kansainvälisten julkaisu- ja viittaustietokantojen käyttö suomalaisen tiedepolitiikan
suunnittelun apuna
- 13 Kasvaminen maailmanlaajuiseen vastuuseen
- 14 International Evaluation of the National Library of Finland
- 15 Suomalaisten fyysinen aktiivisuus ja kunto 2010;
Terveyttä edistävän liikunnan nykytila ja muutokset
- 16 Effectiveness indicators to strengthen the knowledge base for cultural policy
- 17 Genomslagsindikatorer som redskap för kunskapsbaserad styrning
- 18 Kansallinen digitaalinen kirjasto – yhteistyössä ja yhteentoimivasti
- 19 Suomen Unesco – järjestölinjaus. Enemmän kuin osiensa summa
- 20 Kulttuurivienti näkyä, uudistaa ja vaikuttaa; Suomen kulttuuriviennin kehittämisohjelman
2007–2011 loppuraportti
- 21 Yleinen kirjasto kuntalaisten toimissa; Tutkimus kirjastojen hyödyistä kuntalaisten arkielämässä
- 22 Vuosikertomus 2010
- 23 Årsöversikt 2010
- 24 Annual report 2010
- 25 Fostran till globalt ansvar; Centrala resultat av projektet åren 2007–2009
- 26 The National Digital Library - collaborating and interoperating
- 27 Lasten ja nuorten osallistuminen päätöksentekoon Suomessa; Euroopan neuvoston politiikkatutkinta
- 28 Barns och ungas deltagande i beslutsfattandet i Finland; Europarådets politikundersökning
- 30 Ikäihmisten liikunnan kansallinen toimenpideohjelma; Liikunnasta terveyttä ja hyvinvointia
- 33 Liikunta ja tasa-arvo 2011; Sukupuolten tasa-arvon nykytila ja muutokset Suomessa



Opetus- ja kulttuuriministeriö

Undervisnings- och kulturministeriet

Ministry of Education and Culture

Ministère de l'Éducation et de la culture



ULKOASIAINMINISTERIÖ
UTRIKESMINISTERIET